

TAPAHTUMAN SIIRTÄMINEN

Case: Kulttuuripalvelu Kaiku Ky -
Äijänkäräyksen MM-kilpailut

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun ala
Matkailun koulutusohjelma
Tapahtuma- ja kokousmatkailu
Opinnäytetyö
Kevät 2015
Irina Niiranen

Lahden ammattikorkeakoulu
Matkailun ala

NIIRANEN, IRINA:

Tapahtuman siirtäminen
Case: Kulttuuripalvelu Kaiku Ky-
Äijänkäräyksen MM-kilpailut

Tapahtumamatkailun opinnäytetyö, 53 sivua, 2 liitesivua

Kevät 2015

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö käsitteli tapahtuman siirtämistä uudelle paikkakunnalle tai uuteen tapahtumapaikkaan. Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Kulttuuripalvelu Kaiku Ky:lle, joka etsii Äijänkäräyksen MM-kilpailut -tapahtumalleen uutta tapahtumapaikkakuntaa. Opinnäytetyön tavoitteena oli antaa toimeksiantajalle konkreettiset ehdotukset mahdollisen uuden paikkakunnan suhteen. Tehdyn tutkimuksen pyrkimyksenä oli selvittää järjestäjän näkökulmasta ne syyt, jotka ovat johtaneet tapahtuman siirtämiseen ja ne seuraukset, jotka tapahtuman siirtämisestä aiheutuvat järjestäjälle.

Tutkimuksen teoreettinen osa on jaettu kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa esitellään tapahtuman määritelmä ja käsitellään erilaisia tapahtumalajeja. Toinen osio käsittelee tapahtumapaikan valintaa järjestäjän näkökulmasta.

Opinnäytetyön empiriaosuus toteutettiin kvalitatiivisena haastattelututkimuksena. Haastattelut toteutettiin huhtikuussa 2015 ja haastatteluihin osallistui kuusi tapahtumajärjestäjää viidestä eri tapahtumasta.

Tutkimuksen johtopäätöksenä voidaan todeta, että tapahtuman siirtämisen syyt ja seuraukset ovat pitkälti tapahtumasidonnaiset. Siirtämisen syistä yleisin on tapahtumapaikan sijaitseminen syrjässä tai paikan rajallisuus tapahtuman tarpeisiin ja kasvattamiseen nähden. Yleisin seuraus, joka siirtämisestä seuraa tapahtuman järjestelyihin on se, että kaikki tapahtuman valmis suunnittelumateriaali täytyy tehdä uudestaan alusta. Tapahtumaa siirtäessä tärkeää on määrittää oman tapahtuman sidosryhmät ja tärkeimmät osa-alueet, jotta suunnittelulla pystytään arvioimaan siirtämisen seurauksia.

Asiasanat: Tapahtuma, tapahtumapaikka, tapahtuman siirtäminen, järjestäjä

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Tourism and Hospitality

NIIRANEN, IRINA:

Relocation of an event
Case: Kulttuuripalvelu Kaiku Ky -
Old Geezer Carting World Champi-
onships

Bachelor's Thesis in Event Tourism, 53 pages, 2 pages of appendices

Spring 2015

ABSTRACT

This thesis explored the factors that have an influence on the relocation of an event and the results that come out of the relocation. This thesis concentrated on the perspective of an organizer. The thesis was commissioned by Kulttuuripalvelu Kaiku Ky since the company is looking for a new location for their event, Old Geezer Carting World Championships. The thesis gave tangible suggestions of possible new locations.

The theoretical background of the thesis is divided into two parts. The first part deals with the definition on an event and different event types. The second part covers the choice of the event location from the organizer's point of view.

The empirical part of the thesis was executed by using a qualitative research method. Six organizers from five different events participated in the interviews, which were conducted in April 2015.

As a result of the study it seems that the reasons for relocating an event and the results that come out of it depends a lot on the event. The most common reason for taking an event to a new location is that the previous location was too far away. From the organizers' point of view the previous location also restricted the development of the event. The biggest influence of the relocation is that all the material that has been made for the previous location needs to be planned over. When planning event relocation, it is important to define the interest groups and most important aspects of the event so that the results can be estimated.

Key words: Event, location, relocation of an event, organizer

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Toimeksiantaja	1
1.2	Äijänkäräyksen MM-kilpailut	2
1.3	Tutkimusongelma ja rajaukset	2
2	TAPAHTUMA	4
2.1	Suunnitellut tapahtumat ja ainutlaatuisuus	4
2.2	Tapahtuman tarkoitus tyypittelyn apuvälineenä	5
2.3	Tapahtumamuotoja	7
2.3.1	Festivaalit ja viihdetapahtumat	7
2.3.2	Urheilu- ja elämystapahtumat	8
2.4	Äijänkäräyksen MM-kilpailut tapahtumana	9
3	TAPAHTUMAPAIKAN VALINTA	11
3.1	Valintaa ohjaavat tekijät	11
3.1.1	Saavutettavuus ja keskeisyys sekä näkyvyys ja imago	12
3.1.2	Oheispalvelut ja taloudelliset tekijät	14
3.1.3	Tapahtuman muodosta ja tarkoituksesta nousevat tekijät	15
3.2	Tärkeimmät kriteerit Äijänkäräyksen MM-kilpailuille	16
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	19
4.1	Tutkimusmenetelmä	19
4.2	Toimintatapana haastattelu	20
4.3	Haastattelut opinnäytetyössäni	23
5	TULOKSET	25
5.1	Haastateltavat	25
5.2	Perustiedot tapahtumista	27
5.3	Tapahtumapaikan valinta	29
5.4	Tapahtuman siirtäminen	31
5.4.1	Siirtämisen aiheuttamat haasteet tapahtuman järjestämiseen	32
5.4.2	Tapahtuman sopeuttaminen	35
5.4.3	Siirtämisen vaikutus tapahtuman onnistumiseen	35
5.5	Ehdotukset toimeksiantajalle	36
5.5.1	Etuna sijainti suhteessa järjestäjään	37

5.5.2	Villikorttivaihtoehto	39
6	YHTEENVETO	41
6.1	Johtopäätökset	41
6.1.1	Tapahtumapaikan valinta	42
6.1.2	Tapahtuman siirtämisen syyt ja seuraukset	43
6.2	Ongelmat tutkimuksen aikana	46
6.3	Reliabiliteetti ja validiteetti	47
6.4	Tutkimuksen onnistuminen	49
6.5	Lisätutkimusaiheet	50
	LÄHTEET	51
	LIITTEET	54

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tavoitteena on esittää konkreettisia ehdotuksia uusista paikkakunnista toimeksiantajani Äijänkäräyksen MM-kilpailut - tapahtumalle. Pyrin työssäni määrittelemään ne syyt, jotka vaikuttavat tapahtuman siirtämiseen uudelle paikkakunnalle tai uuteen tapahtumapaikkaan ja ne seuraukset, jotka siirrosta aiheutuvat järjestäjän näkökulmasta. Opinnäytetyöni tulee valmistuessaan toimimaan pohjana myös muille tapahtumamatkailualan ammattilaisille, paitsi tapahtuman siirtämistä koskeissa kysymyksissä, myös uuden tapahtuman paikkaa valittaessa. Opinnäytetyöni koostuu teoreettisesta osasta ja empiriaosasta, jossa myös esitellään ehdotukset toimeksiantajalle.

1.1 Toimeksiantaja

Toimeksiantajayritykseni on Kulttuuripalvelu Kaiku Ky. Kyseessä on vuonna 1999 perustettu tapahtuma-, kulttuuri- ja elämyspalveluja tuottava pk-yritys, jonka toiminta on lähtöisin Etelä-Karjalasta. Yrityksen erikoisuutena on kunnallisten kulttuuripalveluiden tuottaminen kokonaisuudessaan ostosopimuksena kuntien kanssa. Toiminta alkoi vuonna 2000 kokeiluna Ruokolahden kunnan kanssa, ja kokeilun tarkoitus oli selvittää, miten kunnallista kulttuuritoimea voi tuottaa ostopalveluina. Kokeilun tulokset olivat hyviä, joten toimintaa jatkettiin ja vuodesta 2005 yritys on tuottanut Luumäen kunnan yleistä kulttuuritoimea. Lisäksi yritys järjestää ja auttaa yhteistyökumppaneitaan järjestämään erilaisia konsertteja, teatteriesityksiä, metsäseikkailuja ja -ohjelmia, perinteisiä metsäretkiä, työhyvinvointipäiviä ja -tilaisuuksia sekä yksityisiä juhlia. Yritys toimii myös taiteilijoiden ja taiteen harrastajien välittäjänä järjestäen työtilaisuuksia esiintyjille erilaisiin tapahtumiin. (Kulttuuripalvelu Kaiku Ky 2014 a.)

Kulttuuripalvelu Kaiku Ky toimii kahden vakituisen työntekijän voimin. Työntekijät ovat mukana monissa kulttuuriin ja matkailuun liittyvissä hankkeissa ja organisaatioissa ja vierailevat luennoimassa kulttuuri- ja tapahtumatuotannosta eri oppilaitoksissa ja seminaareissa. Lisäksi yritys palkkaa vuosittain kesätyöntekijöitä ja kiireapulaisia. Parhaimmillaan yrityksen

tapahtumissa on ollut töissä noin 200 talkootyöntekijää. (Kulttuuripalvelu Kaiku Ky 2014 a.)

1.2 Äijänkäräyksen MM-kilpailut

Äijänkäräyksen MM-kilpailut järjestettiin vuosina 2007-2010 Ruokolahdella. Kyseessä on viihteellinen urheilutapahtuma, jossa naiset työntävät miehiä maitokäräyissä läpi erilaisten esteiden. Sarjoja tapahtumassa oli MM-sarja, joukkuesarja, perinnesarja sekä uusimpana lisäyksenä ollut Tuopintyöntö-yksilölaji. Tapahtuma sai laajaa julkisuutta ympäri maailmaa, muun muassa tietotoimisto Reutersin levittämänä, ja tapahtumassa kävi runsaasti ulkopaikkakuntalaisia sekä ulkomaalaisia matkailijoita. Tapahtuma on myös tiettävästi ainoa suomalainen kilpailu, joka on päässyt mukaan amerikkalaiseen Kreisi maailma – televisio-ohjelmaan. Äijänkäräyksen MM-kilpailut valittiin yhdeksi postimerkkiteemaksi Hullut suomalaiset – postimerkkisarjaan vuonna 2013. (Kulttuuripalvelu Kaiku Ky 2014 b.)

Kulttuuripalvelu Kaiku Ky:n mukaan tapahtuma joutui ongelmiin, kun yhteistyökumppaneita ja rahoitusta oli vaikea löytää eikä paikkakunta ”ottanut tapahtumaa omakseen”. Tapahtumapaikan soveltuvuus tapahtumalle aiheutti myös omat haasteensa, sillä tapahtuman rakenteet jouduttiin purkamaan aina tapahtuman jälkeen, jolloin esimerkiksi kisaradan kehittäminen vuosi vuodelta vaikeutui. Kulttuuripalvelu Kaiku Ky järjesti tapahtumaa lippuriskillä, ja vuoden 2010 tapahtuman jälkeen tapahtuman järjestäminen päätettiin lopettaa tai siirtää toiselle paikkakunnalle. Äijänkäräyksen MM-kilpailujen valttina on sen jo saavuttama tunnettuus ulkomailla ja kotimaassa sekä tapahtuman tekijöiden kokemus ja verkostot tapahtumalalta. (Niiranen 2014.)

1.3 Tutkimusongelma ja rajaukset

Tutkimusongelmani on selvittää järjestäjän näkökulmasta ne syyt, jotka vaikuttavat tapahtuman siirtämiseen sekä tapahtuman siirrosta aiheutuvat haasteet järjestäjälle. Toimeksiantajani on jo muutaman vuoden ajan etsinyt sopivaa paikkakuntaa tapahtumalleen, koska entisen paikkakunnan

koettiin olevan haasteellinen saavutettavuuden, yhteistyökumppaneiden ja rahoituksen hankkimisen takia. Lisäksi yrityksen muu liiketoiminta väheni huomattavasti paikkakunnalla.

Tutkimuskysymykseni ovat:

- *Millä perusteella tapahtuma siirretään uuteen tapahtumapaikkaan tai uudelle paikkakunnalle ja mitä seurauksia siirrosta on järjestäjän näkökulmasta?*
- *Miltä paikkakunnalta/paikkakunnilta löytyvät tarvittavat ominaisuudet Äijänkäräyksen MM-kilpailujen järjestämiseen?*

Rajaan opinnäytetyöni käsittelemään paikkakunnan tai tapahtumapaikan vaihtamista. En aio käsitellä tapahtumapaikan valintaan vaikuttavia tekijöitä täysin uutta tapahtumaa järjestettäessä tietoperustan ulkopuolella. Tästä aiheesta on tehty jo paljon opinnäytetöitä (esimerkiksi Niemelä 2013) ja tutkimuksia ja haluan keskittyä opinnäytteessäni tapahtuman siirtämiseen, sillä sen tutkiminen on ollut Suomessa vähäistä.

2 TAPAHTUMA

Termiä tapahtuma käytetään monin eri tavoin, ja usein termin alkuun lisätään jokin kuvaileva sana (esimerkiksi urheilutapahtuma tai messutapahtuma), joka heijastaa tapahtuman tarkoitusta, ja josta mahdolliset asiakkaat tietävät, mistä tapahtumassa on kyse. Tapahtuma käsitteenä on määriteltä monella tavalla, mutta kaikki määrittelytavat sivuavat ja täydentävät toisiaan. Getzin määritelmän (2007, 18) mukaan tapahtumalla on aina alku ja loppu ja lisäksi se on väliaikainen ilmiö. Tapahtumalla on kolme lähtökohtaa: mitä halutaan järjestää, milloin halutaan järjestää ja missä halutaan järjestää. Tässä kappaleessa käsitellään niitä tapahtumamuotoja ja –tarkoituksia, jotka liittyvät läheisesti Äijänkäräyksen MM-kilpailuihin. (Getz 2007, 18, 21; Vallo & Häyrinen 2012, 139.)

2.1 Suunnitellut tapahtumat ja ainutlaatuisuus

Suunniteltu tapahtuma (eng. planned event) järjestetään tiettyjen lopputulosten saavuttamiseksi. Suunnitelluilla tapahtumilla on yleensä etukäteen tarkkaan suunniteltu ohjelma tai aikataulu, ja ne ovat usein sidottuja tapahtumapaikkaan. Tapahtumapaikka voi kuitenkin olla mitä tahansa tarkasti rajatun alueen ja useiden, toisiinsa tapahtuman kautta yhteyksissä olevien paikkojen välillä. Tapahtuman toteutus voidaan hoitaa itse, sen voi ostaa kokonaisuutena ulkopuoliselta palveluntarjoajalta, tai eri tuottajien tekemiä osasia voidaan yhdistää tavoitteelliseksi tapahtumaksi. Kaikki suunnitellut tapahtumat kategorisoidaan omiin tapahtumatyyppeihinsä. Näitä voivat olla esimerkiksi festivaalit, konferenssit, messut ja urheilutapahtumat. (Getz 2007, 18-19, 21; Vallo & Häyrinen 2012, 139.)

Getzin (2007, 18-19) mukaan tapahtumaa ei voi koskaan toistaa samanaikaisena uudestaan, vaan tapahtuma on olemassa sellaisenaan aina vain yhden kerran. Suunnitelluissakin tapahtumissa jotkin aspektit, kuten ihmiset, ohjelma, odotukset, mielialat ja asenteet, muuttuvat eri järjestyskerroilla. Asiakkaiden ja osallistujien mielialat, asenteet ja odotukset vaihtelevat aina, joten tapahtumakokemus on aina erilainen riippumatta ohjelmasta tai tapahtumapaikasta. (Getz 2007, 18-19.)

Katselijatapahtumiin kuuluu olennaisesti passiivisuus, kun taas osallistuja- ja interaktiivisissa tapahtumissa keskiössä on asiakas. Interaktiivisissa tapahtumissa henkilön ja tapahtumapaikan tai henkilön ja henkilön välistä vuorovaikutusta korostetaan. Interaktiivisuuden on huomattu edistävän asiakkaan osallistamista ja sitouttamista tapahtumaan. Osallistujatapahtumissa ihmisten odotetaan osallistuvan tapahtuman luomiseen eikä vain katsovan sivusta tapahtuman kulkua. Osallistajat ovat enemmän tapahtumassa kuin asiakkaat tai vieraat, he ovat välttämättömyys tapahtuman onnistumiselle. (Getz 2007, 27.)

2.2 Tapahtuman tarkoitus tyypittelyn apuvälineenä

Tapahtuman tarkoitus on vastaus kysymykseen, miksi tapahtuma on toteutettu. Tapahtuman aiottu lopputulos, tavoite, voi olla yleinen. Tapahtumassa esimerkiksi pyritään luomaan osallistujille mieleenpainuva kokemus. Tapahtumalla on hyvä olla kuitenkin myös konkreettisia tavoitteita, joita voidaan mitata. Mitatut tavoitteet auttavat tapahtuman onnistumisen arvioinnissa jälkikäteen eikä tapahtumasta siten tule tilaisuus, jonka onnistumista arvioidaan vain järjestäjien ”mututuntumalla”. Millä tahansa tapahtumalla voi olla lukuisia eri tarkoituksia, ja tapahtumat voivat myös tuottaa samankaltaisia kokemuksia tapahtumatyypistä riippumatta. Monet tapahtumamääritelmät nousevat tapahtuman tarkoituksen kuvailusta. Alla on esiteltyinä yleisimpiä tapahtumien tarkoituksista nousevia määritelmiä, joiden eri osia on havaittavissa myös Äijänkäräyksen MM-kilpailut – tapahtumassa. (Getz 2007, 21-24; Vallo & Häyrinen 2012, 139.)

Tunnusmerkkitapahtumat (eng. hallmark events) ovat pysyviä instituutioita omissa yhteisöissään. Tunnusmerkkitapahtumilla tarkoitetaan niitä tapahtumia, jotka tarjoavat suuren kilpailuedun tapahtumapaikalleen, yhteisölleen tai kohteelleen. Kilpailuetu nousee esimerkiksi tapahtuman vaikutuksesta perinteen, houkuttelevuuden, laadun ja julkisuuden suhteen. Ajan myötä tunnusmerkkitapahtuman ja tapahtumakohteen (tai –paikan) imagot linkittyvät tiiviisti toisiinsa. (Getz 2007, 24.)

Mega viittaa isoimpiin ja merkityksellisimpiin tapahtumiin. Getzin teorian (2007, 25) mukaan kuitenkin myös pienemmät tapahtumat voidaan luokitella megatapahtumiksi sen mukaan, miten suuri vaikutus niillä on yhteisönsä. Megatapahtumat ovat hänen mukaansa niitä tapahtumia, jotka saavat aikaan erityisen suurta medianäkyvyyttä, matkailijavirtaa tai taloudellista vaikutusta isäntäyhteisölleen, -paikalleen tai -organisaatiolleen. (Getz 2007, 25.)

Schaumannin (2004, 98) mukaan erityistapahtumat ovat tapahtumia, joissa paikan, viihteen, koristelun ja monien muiden tapahtuman elementtien luovan käytön kautta parannetaan asiakkaiden tapahtumakokemusta. Erityistapahtuma-termillä kuvataan tietoisesti suunniteltuja tapahtumia, joissa huomioidaan erityistilanteita (esimerkiksi merkkipaalut ihmisen elämässä), tai joiden kautta pyritään saavuttamaan tiettyjä sosiaalisia, kulttuurillisia tai yritysten omia tavoitteita. Erityistapahtumien piiriin kuuluvat esimerkiksi itsenäisyyspäivän juhlallisuudet, yrityksen tietyt tilaisuudet tai henkilökohdaiset juhlat. Erityistapahtumien järjestämiseen liittyy uskonnollinen, poliittinen, sosiaalinen, kaupallinen tai opetuksellinen syy, ja järjestäjän tulee tunnistaa, mikä näistä syistä on ensisijainen omaa tapahtumaa ajatellen. (Allen, O'Toole, Harris & McDonnell 2011, 11; Matthews 2008, 2-3.)

Tapahtuman "erityisyys" on aina subjektiivinen tulkinta joko tapahtuman tuottajan tai tapahtumakävijän näkökulmasta. Tämän vuoksi erityistapahtumissa tulee ottaa huomioon kaksi perspektiiviä. Onko tapahtuma erityinen järjestäjälle vai onko se erityinen osallistujille ja asiakkaille? Kahdesta eri näkökulmasta erityistapahtumille nousee kaksi eri määritelmää. Ensimmäisen määritelmän mukaan erityistapahtuma on ainutkertainen tai epäsäännöllisesti tuotettu tapahtuma normaalin ohjelman ulkopuolelta. Toisen määritelmän mukaan erityistapahtuma luo asiakkaalle tai osallistujalle mahdollisuuden kokea jotain arkirutiinien ulkopuolelta. (Getz 2007, 26-27.)

2.3 Tapahtumamuotoja

Tapahtuman muoto nousee niistä asioista, jotka erottavat tapahtumat toisistaan. Kaikilla tapahtumilla tulee olla selkeä muoto, jonka perusteella kutsumme niitä esimerkiksi juhliksi, mellakoiksi ja festivaaleiksi. Tapahtuman muodon määrittäminen on lähtökohta tapahtuman suunnittelulle. (Getz 2007, 21.)

Tapahtuma on aina tilaisuus sen koosta ja tapahtumatyypistä riippumatta, ja perusasioiden on oltava kunnossa kaikissa tilaisuuksissa. Tapahtuman perusasioihin kuuluvat aikataulutus, esiintyjien ammattitaitoisuus, tekniikan toimiminen, tarjoilut, osallistuja- ja esitysmateriaalit, isäntien toiminta, tapahtumapaikka ja monet käytännön oheispalvelut, kuten paikoitus, vaatesäilytys ja tupakointipaikat. Kuten jo aikaisemmin todettiin, kaikki suunnitellut tapahtumat nimetään esimerkiksi festivaaleiksi, kokouksiksi, messuiksi tai urheilutapahtumiksi. Tapahtumamuodot näyttävät erilaisilta, ne luovat erilaisen kokemuksen ja niillä kaikilla on eri tarkoitus ja erilainen ohjelma. Keskityn esittelemään tapahtumamuotoja, jotka ovat olennaisia Äijänkäräyksen MM-kisojen kannalta. (Getz 2007, 21-23; Vallo & Häyri-nen 2012, 59-61.)

2.3.1 Festivaalit ja viihdetapahtumat

Festivaalit ovat teemoitettuja, julkisia juhlia, ja niistä on monin paikoin tullut osa kulttuurimatkailua. Monet festivaalit on suunniteltu vain matkailua varten, ja niiden merkittävyys on suuri nykyaikaisessa taloudellisessa ja kulttuurillisessa elämässä. Festivaalien kirjo on laaja. Musiikki-, tanssi-, teatteri-, elokuva-, tiede-, ruoka- ja kirjallisuusfestivaalit ovat vain joitakin esimerkkejä eri festivaalityypeistä. (Allen ym. 2011, 15; Getz 2007, 31-33.)

Viihteen tarkoitus on pitää asiakkaiden, osallistujien ja vieraiden mielenkiintoa yllä (Schaumann 2004, 148). Mikä tahansa aktiviteetti, urheilumuoto tai tapahtuma voidaan nähdä viihteenä. Usein viihdetapahtumat ovat eri populaarikulttuurin muotoja, kuten musiikkia, palkintojenjakogaaloja, tanssiesityksiä ja teatteria. Viihde on passiivista. Katsoja ei useinkaan osallistu

viihdetapahtumissa varsinaisen viihteen luomiseen, mutta katsojalla voi olla iso osa tunnelman luomisessa yleisössä. Viihdetapahtumiin mennään oman mielihyvänkokemisen vuoksi, eikä niistä haeta esimerkiksi tietoa. (Getz 2007, 37.)

2.3.2 Urheilu- ja elämystapahtumat

Urheilutapahtumaksi luokitellaan kaikki ne tapahtumat, jotka sisältävät urheiluaktiviteetteja ja urheilutapahtuma-käsite kattaa sisälleen valtavan määrän erilaisia tapahtumia. Urheilutapahtumat edistävät osaltaan matkailua osallistujien ja urheilun katsojien matkustaessa tapahtumapaikkoihin. Mallen ja Adams (2008, 2-3) näkevät perinteisissä urheilutapahtumissa tärkeän määrittävän avaintekijän, joka on tapahtumaa säätelevä organisaatio. Tämä organisaatio määrittelee tapahtuman säännöt ja ohjeet, joiden mukaan tapahtumassa toimitaan. Nämä säännöt kattavat esimerkiksi tiedot urheilualueen koosta, osallistujien määrästä ja osallistujien oikeasta toimintatavasta. (Getz 2007, 42; Mallen & Adams 2008, 2-3.)

Urheilutapahtumia voi tyypitellä asettamalla vastakkain niiden eri ominaisuuksia:

- Ovatko urheilijat ammattilaisia vai harrastajia?
- Tapahtuuko tapahtuma sisällä vai ulkotiloissa?
- Onko tapahtuma ainutkertainen vai säännöllisesti järjestetty?
- Onko tapahtuman laajuus paikallista, kansallista vai kansainvälistä tasoa?
- Onko tapahtuma järjestetty ensisijaisesti osallistujille vai katsojille, vai kenties molemmille?
- Onko tapahtumissa kyse yhdestä vai useammasta urheilulajista?

Nykyään urheilutapahtumien ympärille on rakennettu erityistapahtumien piirteitä ilmentävä ohjelma, jolla tapahtumista saadaan enemmän festivaalien kaltaisia ja niiden houkutusarvo kasvaa. (Getz 2007, 42-43.)

Houkuttelevuuden luomisessa auttaa myös brändin luominen. Nykyään urheilutapahtumien tulee luoda hyvä brändi, joka auttaa ihmisiä löytämään tapahtuma ja tuottamaan itse sisältöä tapahtumaan. Houkuttelevan brändin luominen vaatii toimivan ja hyvän tuotteen taustalleen, jolla voidaan erottua muista kilpailijoista erityisesti urheilutapahtumien laajan kirjon keskeltä. (Salonen 2013.)

Perinteisten urheilutapahtumien rinnalle on noussut myös urheilun täsmä- eli nichetapahtumia. Nichetapahtumat kehitetään muokkaamalla perinteisiä tapahtumia uudennaisiksi tai luomalla jokin täysin uusi urheilutapahtuma. Urheilun nichetapahtumissa voidaan erottaa kolme määrittävää tekijää. Tapahtuma on tehty tietyille kohderyhmälle, säätelevää elintä ei ole pakko olla, vaikkakin sen olemassaolo on mahdollinen, ja tapahtumassa voi olla monia perinteisen urheilutapahtuman piirteitä tai se voi olla täysin uudenlainen luonteeltaan. Nichetapahtumia esiintyy laaja kirjo urheilu- ja elämystapahtumien kategorian alla ja myös Äijänkäräyksen MM-kilpailujen voidaan ajatella olevan urheilun nichetapahtuma. (Mallen & Adams 2008, 3.)

Elämystapahtumien kirjo on laaja, ja kaikenlaiset tapahtumat tanssityöpa-joista kortinpeluutapahtumiin voidaan luokitella tähän kategoriaan. Elämystapahtumien tuottajina toimivat usein erilaiset puistot, elämyspalveluyritykset ja voittoa tavoittelemattomat organisaatiot. Elämystapahtumat ovat luonteeltaan leikkisiä ja niiden järjestäminen voi olla epämuodollista organisaation suhteen: Tapahtuman osallistujat voivat samalla olla tapahtumanjärjestäjiä. Mikäli kuitenkin tapahtumanjärjestämisestä vastaavat vain yksilöt organisaatioiden sijaan, on kyse aktiviteetista eikä tapahtumasta. (Getz 2007, 43.)

2.4 Äijänkäräyksen MM-kilpailut tapahtumana

Äijänkäräyksen MM-kilpailussa keskeisin elementti on viihteellinen urheilukilpailu eikä kyseessä ole perinteinen urheilutapahtuma. Tapahtuman tyypittely ei ole yksinkertaista, sillä tapahtumasta löytyy elementtejä monesta eri kategoriasta:

Kyseessä on suunniteltu tapahtuma, jonka ohjelma on etukäteen tarkkaan suunniteltu ja aikataulutettu. Tapahtumassa on sekä katselija- että osallistujatapahtuman piirteitä, sillä kilpailua ei olisi ilman osallistujia, mutta kilpailua on myös katsomassa katselijoita. Katselijat osallistuvat omalta osaltaan tapahtuman tunnelman luomiseen esimerkiksi kannustuksen kautta.

Tapahtumalla on tarvittava potentiaali siihen, että siitä voisi tulla jonkin paikkakunnan oma tunnusmerkki- tai megatapahtuma. Tapahtuma erottuu massasta, jolloin sillä on mahdollisuus tarjota isäntäpaikkakunnalleen suurta näkyvyyttä, matkailijavirtaa ja taloudellista merkitystä. Tapahtuma on erityistapahtuma asiakkaiden näkökulmasta. Yritys pyrkii tekemään tapahtumasta säännöllisen, mutta tapahtuman asiakkaat saavat tapahtumassa kokemuksia arkirutiinin ulkopuolelta.

Tapahtumassa yhdistyy festivaali-, viihde-, urheilu- ja elämystapahtumien eri puolia. Tapahtumassa on urheilukilpailun lisäksi erilaista oheisohjelmaa lasten aktiviteeteista markkina-alueeseen ja ruokapalveluihin. Myös väliaikaesiintyjät ovat olleet suuressa roolissa tapahtuman tauoilla, ja tapahtuman jälkeen järjestettiin myös nuorisolle suunnattu iltamusiikkitapahtuma. Äijänkäräyksen MM-kilpailut on myös urheilun nichetapahtuma, sillä kyseessä on täysin uusi urheilutapahtuma, josta löytyy kuitenkin piirteitä myös perinteisestä urheilutapahtumasta (esimerkiksi suoritusten mittaaminen ajalla).

3 TAPAHTUMAPAIKAN VALINTA

Yleisötapahtuman tapahtumapaikalla on suuri merkitys tapahtuman onnistumiselle (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 38). Tapahtumakokemus koostuu paitsi ihmisistä ja ohjelmasta, myös tapahtumapaikasta (Getz 2005, 116). Tapahtumapaikka voi olla mikä tahansa tila sisällä ja ulkona (Vallo & Häyrynen 2012, 139). Getzin (2005, 104) mukaan tapahtumapaikalla on suuri rooli ilmapiirin luomisessa, ja se voi olla osana myyntien maksimointia sekä julkisuuden saamista sponsoreille ja itse tapahtumalle. Tapahtumapaikan valinnan kriteereistä on paljon kirjallisuutta, ja useimmat kirjailijat painottavat samankaltaisia asioita tapahtumapaikan valinnassa.

3.1 Valintaa ohjaavat tekijät

Getzin (2005, 104-106) mukaan tärkeitä tekijöitä tapahtumapaikan valinnassa ovat näkyvyys, saavutettavuus, keskeisyys, ryhmittely, tarkoituksenmukaisuus, kustannus, tukevien palveluiden toimivuus sekä paikan ilmapiiri ja imago. Terzi, Sakas ja Seimeni (2013, 364-365) kuvailevat viittä tärkeintä tekijää tapahtumapaikan arvioinnissa keskittyen konferenssipaikakuntien ominaisuuksiin, jotka sopivat hyvin myös muille tapahtumatyypeille. Nämä tekijät ovat infrastruktuuri, kuljetus, turvallisuus, hygienia sekä kansainvälisen kielen (englanti) käyttö. (Terzi ym. 2013, 364-365.)

Vallo ja Häyrynen (2012, 139) toteavat, että tapahtumapaikkaa valitessa tilaisuuden luonteen ja osallistujien huomioon ottamisen lisäksi erityistä huomiota tulee kiinnittää osallistujien mahdollisiin erityistarpeisiin (esimerkiksi liikuntarajoitteiset). Heidän mukaansa muita tapahtumapaikan tärkeitä ominaisuuksia ovat tilan sopiminen järjestävän organisaation imagoon, paikan maine tapahtumapaikkana, kulkuyhteydet ja paikoitus, somistusmahdollisuudet, äänentoisto, tekniikka, tarjoilun järjestäminen, saniteettitilat sekä mahdolliset ulkopuoliset häiriötekijät tapahtuman aikana. (Vallo & Häyrynen 2012, 139-141.)

Schaumannin (2004, 102) mukaan tapahtumajärjestäjän tulisi pohtia etukäteen tapahtuman tärkeimpiä ominaisuuksia ja lähteä etsimään sopivaa tapahtumapaikkaa paikanvalinnan kysymysten kautta. Näitä kysymyksiä ovat:

- Mikä on tapahtuman aiottu päivämäärä ja onko siitä mahdollista joustaa?
- Mikä on osallistujien ja asiakkaiden arvioitu määrä?
- Mikä on osallistujien ja asiakkaiden ikä- sekä sukupuolijakauma?
- Mikä on tapahtuman budjetti?
- Mitkä ovat tapahtuman teemat ja tavoitteet?
- Mitä säännöksiä kullakin tapahtumapaikalla on?
- Onko paikkakunnalla tai tapahtumapaikalla samanaikaisesti muita tapahtumia?
- Onko paikkakunnalla saatavissa tarpeeksi henkilökuntaa?
- Onko tapahtumapaikalla rajoitteita esimerkiksi ruokapalveluiden, juomapalveluiden tai koristelun suhteen?

Nämä kysymykset rajaavat tapahtuman tärkeimpiä osa-alueita ja mahdollisia vaihtoehtoja tapahtumapaikoiksi ja paikkakunniksi. (Schaumann 2004, 102.)

3.1.1 Saavutettavuus ja keskeisyys sekä näkyvyys ja imago

Paikkakunnan sijainti on tärkeä tekijä, ja etäisyyttä ja kulkuyhteyksiä on syytä tarkastella kohderyhmän näkökulmasta. Tapahtumanjärjestäjän tulee tapahtumapaikkaa valitessa pohtia sitä, kuinka asiakkaat pääsevät tapahtumaan sekä sitä, mikä on eri keinojen kapasiteetti ja aikataulu tapahtuman toivotun kävijämäärän suhteen. Jos tapahtuman kohderyhmään kuuluvat matkailijat, on tärkeää, että tapahtumapaikalla on hyvät kulkuyhteydet lentokentälle, valtateille sekä julkisen liikenteen terminaleihin. Mikäli asiakkaiden kulkemisessa odotetaan olevan ongelmia, tulee tapahtuman järjestäjän varustautua järjestämällä esimerkiksi ylimääräisiä linja-autovuoroja läheisiltä parkkialueilta tai juna-asemilta. Lisäksi käytettävissä olevat kulkureitit tulee ottaa huomioon. Onko tapahtumapaikalle mahdollis-

ta päästä linja-autoilla, miten pelastustie ja ”drop-off” –alue on sijoitettu ja tarvitaanko apua liikenteen ohjauksessa? Nämä ovat kaikki kysymyksiä, joita tapahtumajärjestäjän tulee pohtia paikanvalinnan yhteydessä. (Getz 2005, 104-106; Schaumann 2004, 102.)

Tapahtumapaikan saavutettavuus ja keskeisyys liittyvät läheisesti toisiinsa. Mikäli tapahtuman sijainti on keskeinen, on se helpommin saavutettavissa. Tapahtumapaikan ryhmittely tarkoittaa sitä, miten tapahtuma-alue sijoittuu suhteessa muihin nähtävyyksiin ja palveluihin. Mikäli samalla alueella on paljon kiinnostavia vierailukohteita matkailijoille, on todennäköisempää, että matkailijoita tulee alueelle enemmän, jolloin myös tapahtumasta tietämättömät matkailijat voivat ”eksyä” tapahtuma-alueelle. Keskeisyydellä voi olla tekemistä myös rahoituksen saamisen kannalta. Keskeinen sijainti on mahdollisesti enemmän poliitikkojen ja paikallisten liikemaailman edustajien suosiossa, ja näin rahoitusta voi löytyä tapahtumalle helpommin. (Getz 2005, 104-106.)

Tapahtumapaikan hyvä näkyvyys on avainasemassa etenkin silloin, kun asiakkaiden päätös osallistua tapahtumaan tapahtuu spontaanisti. Ohikulkijat ja osallistumista harkitsevat asiakkaat eivät saa nähdä tapahtumasta ulospäin jotain, joka estää heitä osallistumasta tapahtumaan. Hyvä näkyvyys ulospäin on tärkeämpää ulkoilmatapahtumille. Sisätiloissa järjestettävissä tapahtumissa järjestäjä luottaa usein siihen, että asiakkailla on jo tarvittavat tiedot tapahtumasta, sinne pääsystä ja esimerkiksi tapahtumapaikan parkkitilamahdollisuuksista. (Getz 2005, 104-106.)

Jokaisella paikkakunnalla ja tapahtumapaikalla on usein imago. Tapahtumajärjestäjän tulee miettiä, sopiiko suunniteltu tapahtumapaikka tai paikkakunta tapahtuman haluttuun imagoon ja siihen mielikuvaan, joka mahdollisilla asiakkailla jo tapahtumasta on. Tapahtumapaikan tai paikkakunnan imago saattaa lisätä kiinnostusta tapahtumaa kohtaan, mutta se voi myös vähentää sitä. Imago liittyy läheisesti myös tapahtuman näkyvyyteen. Näkyvyyden halutaan olevan positiivista eikä negatiivista. Turvallinen kohde esimerkiksi terrorismin, rikollisuuden sekä sääolojen suhteen on tapahtumapaikalle ja paikkakunnalle tärkeää. Hygieeninen ja kansainväli-

nen ympäristö luovat myös tapahtuman ulkopuolella osallistujille ilmapiiriä tapahtumasta yhdessä paikkakunnan muiden ominaisuuksien kanssa. (Kauhanen ym. 2002, 38-39; Terzi ym. 2013, 364-365; Vallo & Häyrinen 2012, 139-141.)

3.1.2 Oheispalvelut ja taloudelliset tekijät

Tarjolla olevien ja tarvittavien oheispalvelujen saanti voi olla keskeinen tekijä tapahtumapaikkaa valitessa. Paikkakunnan tulee voida vastata sekä järjestäjien että osallistujien tarpeisiin majoituksen ja tilojen suhteen. Tapahtumapaikan valinnassa tulee myös pohtia, onko tapahtumapaikassa itsessään tapahtumaa tukevia palveluita, löytyykö niitä tapahtumapaikan läheltä, vai onko tapahtumajärjestäjän itse ne tuotava paikalle. Järjestäjä ei voi olettaa, että jokaisella tapahtumapaikalla on tarjottavana jokaisen tapahtumatyyppin tarvitsemat lisäpalvelut. (Getz 2005, 104-105; Kauhanen ym. 2002, 38; Terzi ym. 2013, 364-365.)

Paikkakunnat kilpailevat tullakseen valituksi varsinkin isompien tapahtumien pitopaikkoina. Kustannus on yksi suurimmista kriteereistä tapahtumajärjestäjillä tapahtumapaikkaa valitessa. Erityisesti tapahtumapaikan vuokra vaikuttaa usein päätöksentekoon. Vuokran lisäksi tapahtuman järjestäjälle tulee myös monia muita kustannuksia tapahtumapaikasta riippuen. Näitä ovat esimerkiksi lupa-asioiden hoitaminen, turvallisuus- ja ensiapuhenkilöstö ja -tarvikkeet, muu henkilöstö, käyttötarvikkeet, lisärakenteet, somisteet ja lisäopasteet. Alun perin halvalta tuntunut tila voi lopulta olla-kin kaikkein kallein, jos sinne pitää itse tuoda kaikki tapahtuman edellyttämä varustelu. Tapahtumanjärjestämiskustannusten lisäksi järjestäjän tulee ottaa paikanvalinnassa huomioon myös tapahtumapaikan aiheuttamat kustannukset asiakkaille. Näitä kustannuksia ovat esimerkiksi parkkimaksut, ajoaika ja liikennevälineisiin kuluvat maksut. (Elston & Draper 2012, 217-218; Getz 2005, 104-106.)

Sponsorointi on usein tärkeä osa tapahtumia, sillä se mahdollistaa pitkälti tapahtuman rahoituksen ja jatkuvuuden, ja tänä päivänä lähes jokaiseen tapahtumaan halutaan sponsoreita. Sponsorointi on imagon vuokraamista,

joka kohdistuu yksilöön, ryhmään, tilaisuuteen tai muuhun toimintaan. Sponsorointi määritellään sponsorioijan näkökulmasta strategiseksi markkinointi-investoinniksi, ja sponsorointi eroaa hyväntekeväisyydestä siinä, että sponsorit ovat investoijia, jotka odottavat suoraa vaikutusta omaan toimintaansa sponsoroinnin kautta. Sponsoroinnin on havaittu olevan tehokkaampi markkinointimuoto kuin perinteinen mainostaminen. (Allen ym. 2011, 328; Beech, Kaiser & Kaspar 2014, 343; Kauhanen ym. 2002, 69.)

Tapahtumanjärjestäjän tulee miettiä sponsoreita hankittaessa, minkälaisen yritysten tai muiden organisaatioiden markkinointiviestinnän osaksi tapahtuman sponsorointi sopisi. Tapahtumanjärjestäjän tulee näin ollen nähdä sponsorointisuhde liikekumppanuussuhteena, joka hyödyttää molempia osapuolia. Mahdollisten sponsorien valinnan jälkeen tapahtumanjärjestäjän on pohdittava, mitä tapahtuma voi tarjota sponsorille vastineeksi sponsoroinnista. Usein sponsorointi on rahallista, ja vastineeksi rahalle yritys saa esimerkiksi mainospaikan tapahtumasta, tai se voi järjestää oman asiakastilaisuuden tapahtuman yhteyteen. Sponsorointi voi myös olla esimerkiksi tuotteen tai palvelun tuomista tapahtumaan ja tarjota näin tapahtumalle muuta kuin rahallista arvoa. (Allen ym. 2011, 328; Beech ym. 2014, 343, 346; Kauhanen ym. 2002, 70.)

3.1.3 Tapahtuman muodosta ja tarkoituksesta nousevat tekijät

Getzin (2005, 104-105) mukaan tapahtumapaikan tulee tukea tapahtuman tarkoitusta. Tapahtumapaikan ilmapiiri ja imago ovat tärkeitä tekijöitä koko tapahtuman tunnelman luomisessa ja ne eivät saa olla ristiriidassa tapahtuman tavoitteen kanssa. Nina Pulliainen MPI Finland:sta toteaa Vehmaisen artikkelissa (2010), että ennen tapahtumapaikan päättämistä tulee järjestäjän miettiä, mitä järjestetään, kenelle järjestetään ja miksi järjestetään. Tapahtuman kohderyhmä ja tavoite ohjaavat hänen mukaansa valintaa tapahtumapaikan suhteen. Koko on erityisen tärkeää tapahtumapaikalle. Jos paikka on väärin mitoitettu, voi se helposti pilata koko tapahtuman. Joustavuus on usein sisätiloissa hankalampaa, mutta ulkoilmatapahtumis-

sa suureen yleisömäärään on yleensä helpompi varautua. (Kauhanen ym. 2002, 38; Vehmainen 2010.)

Getzin (2005, 103-104) mukaan tapahtuman muoto vaikuttaa niihin vaatimuksiin, joita tapahtumapaikalla tulee olla. Suurissa kokoontumisissa, kuten konserteissa, festivaaleissa tai kokouksissa, tapahtumapaikalla tulee olla riittävät tilat, jotka mahdollistavat suuren asiakasmäärän katselemisen ja kuuntelemisen. Erilaiset paraatit sen sijaan vaativat paikan, joka toisaalta mahdollistaa yleisön ja itse paraatin liikkumisen, mutta toisaalta myös teatterimuotoisen katselemisen. Suljetut kadut, puistot ja aukiot toimivat usein avoimina tapahtumapaikkoina, mutta tapahtumasta riippuen niissä on usein myös suljettuja alueita esimerkiksi ravintolatarkoituksiin. Urheilutapahtumat ja muut aktiviteetteihin perustuvat tapahtumat tarvitsevat usein nimenomaan tarkoitusta varten rakennetut puitteet, mutta monia tämän-tyyppisiä tapahtumia voidaan kuitenkin sopeuttaa useisiin paikkoihin. (Getz 2005, 103-104.)

3.2 Tärkeimmät kriteerit Äijänkäräyksen MM-kilpailuille

Äijänkäräyksen MM-kilpailuille keskeisimpiä paikan valinnan kriteerejä ovat saavutettavuus, keskeisyys, tapahtumapaikan tai paikkakunnan imago, yleisöpotentiaali, potentiaalisten yhteistyökumppaneiden määrä, tapahtumapaikan soveltuvuus tapahtuman tarkoitukseen sekä oheispalvelut (erityisesti majoituspalvelut) alueella. Tapahtuma pyrkii saavuttamaan myös ulkomaalaisia matkailijoita, joten tärkeää on, että tapahtumapaikalle on helppo tulla. Tapahtumapaikan ei välttämättä tarvitse sijaita lentokentän vieressä, mutta on tärkeää, että lentokentältä on hyvät julkiset kulkuyhteydet tapahtumapaikalle. Riittävät paikoitusmahdollisuudet ovat tarpeen kotimaan matkailijoiden ja paikallisten asiakkaiden kannalta. Mikäli paikkakunnalla ja tapahtumapaikan lähellä sijaitsee muita, matkailijoita kiinnostavia kohteita, on todennäköisempää, että myös ohikulkevat matkailijat innostuvat tulemaan tapahtumaan. Tämän vuoksi tapahtumapaikan keskeisyys nousee suureen rooliin Äijänkäräyksen MM-kisojen tapahtumapaikkaa valitessa. (Niiranen 2014.)

Paikkakunnan ja tapahtumapaikan imagot tulee ottaa huomioon kohdeyleisön näkökulmasta. Äijänkäräyksen MM-kilpailut on viihteellinen urheilutapahtuma, joka ei sovi liian viralliseen ympäristöön. Tapahtuman kohderyhmänä ovat kaveriryhmien lisäksi lapsiperheet, joten tapahtumapaikan ja –paikkakunnan tulee olla imagoltaan tarpeeksi neutraali. Yleisöpotentiaali paikkakunnalla ja lähialueilla kannattaa selvittää, sillä mikäli alueella ei ole tarpeeksi kohderyhmän edustajia, tapahtumalle ei saada välttämättä tarpeeksi alueellista ja paikallista yleisöä, jolloin liian suuri painopiste on matkailijoiden saamisessa tapahtumaan. (Niiranen 2014.)

Uutta paikkakuntaa Äijänkäräyksen MM-kilpailuille mietittäessä on myös otettava huomioon rahoitusmahdollisuudet. Paikkakunnan ja alueen potentiaaliset sponsorit ja muut yhteistyökumppanit ja mahdollinen kunnan tai kaupungin tuki ovat suuri osa tapahtuman rahoitusta, koska pk-yrityksenä toimeksiantajallani ei ole taloudellisia resursseja järjestää suur-tapahtumaa yksin. Paikkakuntaa valitessa tulee ottaa huomioon myös se, onko paikkakunnalla tai alueella jo olemassa jokin vetonaulatapahtuma tai muu rahoituksen tarvitsija, jonka sponsoreita jo suuri määrä potentiaalisista sponsoreista alueella on. Jos varsinkin pienemmät yritykset tukevat jo rahallisesti jotakin tapahtumaa tai vaikkapa urheiluseuraa, ei intoa välttämättä riitä tukemaan uutta, alueelle tuotavaa tapahtumaa. Järjestäjän kannattaa myös miettiä, onko kannattavaa lähteä kilpailemaan alueella jo olevan vetonaulatapahtuman kanssa. Mikäli alueella on jo suuri, suosittu tapahtuma, alueella ei välttämättä riitä asiakkaita molempiin tapahtumiin. Näin ollen tapahtuman vieminen esimerkiksi Sonkajärvelle (Eukonkannon MM-kilpailut) ei olisi järkevä strateginen ratkaisu. (Niiranen 2014.)

Äijänkäräyksen MM-kilpailut on hyvin monipuolinen tapahtuma ja siksi vaatimukset tapahtuma-alueen suhteen ovat melko haastavat. Tapahtumapaikasta tulee löytyä monimuotoiset tilat tapahtuman eri osa-alueiden toteuttamiseen. Kilpailuradan tekeminen vesi-, hiekka- ja mäkiesteineen on keskeinen tapahtuman onnistumisen kannalta. Tapahtumapaikasta tulee löytyä esimerkiksi joutomaa-alue, johon radan voi rakentaa jopa pysyvästi. Lisäksi kilpailua varten alueelta tulisi löytyä pukuhuonemahdollisuus osallistujille. Äijänkäräyksen MM-kilpailuissa on ollut oheisohjelmana

markkina-alue, lasten aktiviteetteja sekä esiintyjiä ja näyttelyitä, joten tilat kaikille näille oheisohjelmille on saatava mahtumaan samalle alueelle. Toisena vaihtoehtona on tapahtuman muokkaaminen paikkaan sopivaksi, mutta silloin järjestäjän on mietittävä, mistä on valmis tinkimään tapahtuman ohjelman suhteen. (Niiranen 2014)

Oheispalvelut alueella nousevat tärkeään asemaan matkailijoiden näkökulmasta. Paikkakunnalla tulee olla riittävät majoitusmahdollisuudet, jotta muualta tulevat osallistujat ja asiakkaat saadaan tulemaan tapahtumaan, mutta myös toisaalta jäämään paikkakunnalle. Ravintolapalvelut ja muut viihdepalvelut paikkakunnalla ovat tärkeitä. Nuorille matkailijoille ei välttämättä riitä pelkästään tapahtumaan osallistuminen, vaan tarvitaan muitakin houkuttimia, kuten baareja, ravintoloita ja yökerhoja. (Niiranen 2014.)

4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Opinnäytetyöni aineisto koostuu pääosin puhelimitse tehdyn, laadullisen haastattelututkimuksen kautta kerätystä materiaalista. Haastattelumateriaalia on kerätty henkilöiltä, joilla on kokemusta tapahtuman siirtämisestä. Otin tutkimukseen mukaan paikkakuntaa tai tapahtumapaikkaa vaihtaneita tapahtumia. Paikkakuntaa vaihtaneita tapahtumia ja etenkin halukkaita haastateltavia tällaisista tapahtumista ei ollut tarpeeksi, joten tutkimuksen laajentamiseksi otin mukaan myös tapahtumapaikkaa paikkakunnan tai alueen sisällä vaihtaneet tapahtumat.

Tässä opinnäytetyössä keskityn tapahtuman järjestäjän näkökulmaan. Järjestäjän näkökulma antaa tietoa syistä, jotka johtivat paikkakunnan tai tapahtumapaikan vaihtoon sekä niistä seurauksista, joita siirrosta seurasi itse tapahtumalle ja sen järjestelyprosessiin. Haastateltavien löytämisessä olen hyödyntänyt toimeksiantajani verkostoja sekä internetistä löytyviä yhteystietoja tapahtumapaikkaa tai paikkakuntaa vaihtaneista tapahtumista.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Hirsjärven, Remeksen ja Sajavaaran (1997, 139-140) mukaan tutkimusmenetelmä muodostuu niistä käytännöistä ja tavoista, joilla havaintoja tutkimuksessa tehdään. Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus korostaa syy-seuraussuhteita, ja keskeistä tässä tutkimustyyppissä on aiempien tutkimusten ja teorioiden hyödyntäminen, käsitteiden määrittely ja hypoteesien esittäminen. Aineiston keruun menetelmien tulee soveltua määrälliseen, numeeriseen mittaamiseen ja koehenkilöiden valinnassa määrittelyään ensin perusjoukko, josta otetaan satunnaisotos. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään paljon taulukoita ja aineisto saatetaan tilastollisesti käsiteltävään muotoon. Tilastollinen analyysi on keskeistä päätelmien tekemisessä. (Hirsjärvi ym. 1997, 139-140, 183.)

Lähtökohta kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa on halu kuvata todellista elämää. Tässä tutkimustyyppissä on mahdollista löytää monen-suuntaisia tuloksia, sillä tapahtumat muovaavat toisiaan. Kvalitatiivisessa

tutkimuksessa pyritään tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Yleisesti tutkimuksen tavoitteena on pikemminkin löytää tosiasioita kuin todentaa hypoteeseja. (Hirsjärvi ym. 1997, 160-161.)

Kvalitatiivinen tutkimus on luonteeltaan kokonaisvaltaista tiedonhankintaa ja aineisto kerätään todellisista tilanteista. Tutkimus perustuu usein melko pieneen tapausmäärään ja kyseessä on usein aineiston harkinnanvarainen, teoreettinen ja tarkoituksenmukainen kerääminen ja poiminta. Tutkimuksen tulee kuitenkin olla kattava. Tutkija ei saa perustella tulkintojaan aineiston yksittäisten poimintojen perusteella. Kvalitatiivisen tutkimuksen tyypillisiä piirteitä ovat:

- Tutkimuksessa suositaan ihmistä tiedonkeruun instrumenttina
- Kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti
- Tutkimussuunnitelma on joustava ja muotoutuu tutkimuksen edetessä
- Tutkimuksen toteutus on joustavaa

(Eskola & Suoranta 2003, 61, 215; Hirsjärvi ym. 1997, 164.)

Valitsemalleni aiheelle sopii parhaiten kvalitatiivinen tutkimus, koska potentiaalisten haastateltavien määrä ei riitä kvantitatiivisen tutkimuksen tekoon. Aiheeni on niin tarkka, että mahdollisten haastateltavien asiantuntijoiden määrä ei ole kovin suuri. Laadullinen tutkimus antaa enemmän tilaa vastaajille kertoa kokemuksistaan ja hyödyntää kokemuksiaan vastauksissaan. Lisäksi aineiston keräämisessä on tärkeää, että tutkittavat voivat antaa omia mielipiteitään ja näkemyksiään, ja että heidän taustaansa voidaan peilata tuloksiin.

4.2 Toimintatapana haastattelu

Haastattelu on kvalitatiivisen tutkimuksen päämenetelmä, ja se sopii parhaiten myös omaan opinnäytetyöhöni. Haastattelu korostaa ihmisiä subjektina tutkimuksessa, ja vastauksien tulkitsemisessa on enemmän mah-

dollisuuksia. Lisäksi haastateltaviksi henkilöiksi voidaan valita ne henkilöt, joilla on kokemusta aiheesta. Syitä haastatteluun tutkimusmenetelmänä yleensä ovat:

- Tulos voidaan sitoa laajempaan kontekstiin (ilmeet, eleet, tausta)
- Kysymyksessä on vähän kartoitettu tutkimusalue
- Aihe tulee tuottamaan vastauksia monitahoisesti
- Kysymyksiä ja vastauksia on mahdollista selventää ja syventää

Haastateltavat on myös helppo tavoittaa myöhemmin, mikäli tutkimukseen tarvitaan lisäaineistoa. (Hirsjärvi ym. 1997, 204-205; Tuomi & Sarajärvi 2009, 74.)

Haastattelun etuna voidaan nähdä sen joustavuus. Haastattelijan on mahdollista selventää kysymyksiä ja esittää lisäkysymyksiä sekä oikaista väärinkäsityksiä ja tarvittaessa toistaa kysymys. Haastattelu toimintatapana antaa mahdollisuuden keskustella haastateltavan kanssa. Kysymysten järjestys ei ole välttämättä kovin tiukka haastattelussa, vaan ne voidaan esittää tapauskohtaisesti siinä järjestyksessä kuin haastattelijä katsoo aiheelliseksi. Haastattelun aikana haastattelijä voi toimia myös havainnoijana. Haastattelun edetessä on aiheellista kirjoittaa muistiin se, kuinka jotkin asiat on ilmaistu, ja millaisessa tilanteessa haastateltava on kysymyksiin vastannut. Esimerkiksi kiireen alla vastaukset voivat olla erilaiset kuin silloin, kun haastateltavalla on hyvin aikaa vastata kysymyksiin. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 73.)

Haastattelun huonona puolena voidaan nähdä virhelähteet, jotka aiheutuvat sekä haastattelijasta että haastateltavasta. Haastattelun luotettavuutta heikentää se, että usein haastateltavat haluavat antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. Haastattelussa on ratkaisevaa se, miten haastateltavan vastauksia tulkitaan kulttuurillisten ja sosiaalisten kontekstien valossa. Haastattelut ovat myös erittäin tilannesidonnaisia, ja haastateltava voi vas-

tata eri tavalla kuin jossakin toisessa tilanteessa. (Hirsjärvi ym. 1997, 204-205.)

Haastattelutyyppejä ovat strukturoitu- eli lomakehaastattelu, puolistrukturoitu- eli teemahaastattelu ja avoin- eli syvähaastattelu. Vaikka lomakehaastattelu on usein kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmä aineiston keräämiseen ja lomakkeiden avulla kerätyllä aineistolla voidaan testata hypoteeseja, voidaan lomakehaastattelua käyttää myös kvalitatiivisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmänä. Lomakehaastattelun tavoitteena on saada haastateltavalta vastaus kaikkiin kysymyksiin annettujen vaihtoehtojen sisällä ja haastattelijan määräämässä kysymysjärjestyksessä. Lomakehaastattelu on hyvä tiedonkeruumenetelmä erityisesti silloin, jos haastateltavia on paljon, koska lomakehaastattelun avulla kerättyä aineistoa on helppo kvantifioida. (Metsämuuronen 2001, 41, 42-43; Tuomi & Sarajärvi 2009, 74-76.)

Syvä- eli avoin haastattelu on täysin strukturoimaton ja se voikin olla muodoltaan enemmän keskustelua haastateltavan kanssa. Syvähaastattelussa tutkittavia on usein vain muutama tai joskus vain yksi ja siinä keskiössä on tutkittavan ilmiön mahdollisimman perusteellinen avaaminen. Syvähaastattelu sopii tiedonkeruumenetelmäksi, kun kokemukset aiheesta vaihtelevat paljon, kun aihe on arkaluontoinen tai, kun tutkitaan huonosti muistettuja asioita. (Metsämuuronen 2001, 41, 42-43; Tuomi & Sarajärvi 2009, 74-76.)

Opinnäytetyössäni tutkimus on toteutettu puolistrukturoidun haastattelun menetelmällä. Puolistrukturoitu- eli teemahaastattelu sijoittuu luonteeltaan strukturoidun ja avoimen haastattelun välille. Puolistrukturoitu haastattelu antaa lomakehaastattelua enemmän vapauksia haastateltavalle ja haastattelijalle. Haastattelu rakentuu ennalta määriteltujen teemojen ympärille ja teemoista esitetään tarkentavia kysymyksiä haastateltavalle. Puolistrukturoidussa haastattelussa korostuvat ihmisten tulkinnat asioista ja eri merkitysten painotus. Haastattelijan ei ole välttämättä pakko esittää kaikkia kysymyksiä kaikille haastateltaville, mutta tämä seikka tulee ottaa huomioon tutkimuksen tuloksia arvioitaessa. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 75.)

4.3 Haastattelut opinnäytetyössäni

Otin yhteyttä mahdollisiin haastateltaviin maaliskuun lopussa sähköpostitse ja puhelimitse ja haastattelut toteutettiin huhtikuun aikana. Kontaktoin viittätoista mahdollista haastateltavaa, ja heistä kuusi vastasi olevansa halukas osallistumaan tutkimukseen. Haastatteluajat oli etukäteen sovittu puhelimitse tai sähköpostitse haastateltavien kanssa, jotta minimoitiin esimerkiksi kiireen tai muiden häiriötekijöiden vaikutus haastateltavien vastauksiin.

Haastattelut toteutettiin laatimani puolistrukturoidun haastattelupatteriston (Liite 1) pohjalta, ja kuhunkin haastatteluun meni aikaa noin puoli tuntia. Esitin ensin taustakysymyksiä, joilla pyrin selvittämään ne lähtökohdat, joista vastaajat antoivat vastauksiaan. Taustakysymykset olivat:

1. Miten luokittelisit oman tapahtumanne?
2. Millainen on oma toimenkuvasi tapahtuman järjestämisessä, ja kuinka monta vuotta olet ollut mukana järjestelyissä?
3. Miten mittaatte tapahtuman onnistumista?
4. Montako vuotta tapahtumaa on järjestetty yhteensä, ja montako vuotta tapahtumaa on järjestetty nykyisessä paikassa?
5. Onko tapahtuma muuttanut aikaisemmin?

Taustakysymysten jälkeen jaoin haastattelun kysymykset kahteen aiheeni kannalta olennaiseen teemaan: tapahtumapaikan valintaan ja tapahtuman siirtämiseen. Kaikissa haastatteluissa ei ollut tarpeen esittää kaikkia kysymyksiä, sillä kysymysten aiheet nousivat esiin haastateltavien omasta aloitteesta. Esitin haastateltaville myös lisäkysymyksiä tarpeen mukaan kysymyspatteriston ulkopuolelta. Haastattelujen jälkeen litteroin haastattelut ja merkitsin osa-alueet värikoodein koostamista varten.

Suurin osa tapahtumista, joiden organisaatioista haastateltavat saatiin, on tapahtumia, jotka siirtyvät uuteen paikkaan vasta myöhemmin tänä vuon-

na. Tapahtumat ovat keskenään hyvin erilaisia, ja mukana on sekä festivaaleja että urheilutapahtumia. Haastateltavilla on kokemusta erityyppisten tapahtumien järjestämisestä, ja heidän toimipaikkansa sijaitsevat eri puolilla Suomea. Opinnäytetyössäni haastattelut on tehty puhelimitse, sillä kasvokkain tapahtuvat haastattelut eivät olleet aikataulusyistä minulle tai haastattelemilleni henkilöille mahdollisia.

5 TULOKSET

Haastateltavia henkilöitä tutkimuksessani on kuusi ja he edustavat viiden eri tapahtuman organisaatioita. Tässä kappaleessa esittelen ensin haastatellut henkilöt ja heidän edustamansa tapahtumat, jonka jälkeen tutkimuksesta saadut tulokset esitellään kysymyspatteriston (Liite 1) ohjaamassa järjestyksessä.

5.1 Haastateltavat

Ensimmäinen haastateltavani on Tahkon Järvilätkä - sekä Vuokatin Pipolätkä -tapahtumien tuottaja. Tapahtumat ovat saaneet alkunsa Kajaanin Pipolätkä –tapahtumasta, jota järjestettiin Kajaanissa kaksi vuotta ennen kuin se tänä vuonna päätettiin siirtää sekä Tahkolle että Vuokattiin. Tapahtumat järjestettiin helmikuussa ja tuottajan mukaan kyseessä on lähinnä erilaisille ryhmille (esimerkiksi työyhteisöt ja kaveripiirit) kohdistetut, hauskanpitoon tarkoitetut urheilutapahtumat, joissa pääasia jääkiekon pelaamisen ohella on hyvä henki. Tapahtumat luokitellaan urheilun nichetapahtumiksi: Tapahtumissa on selkeästi perinteinen urheilulaji, jota on muokkaamalla kehitetty uudenaikaiseksi tapahtumaksi. Tapahtumissa on myös elämystapahtuman piirteitä leikkisän luonteen ja toimintaympäristön kautta. Haastattelemani tuottaja on itse ollut alusta asti järjestämässä tapahtumaa ja tapahtuma olikin alun perin hänen oma opinnäytetyönsä. Kajaanissa tuottaja oli yksin vastuussa tapahtuman järjestelyistä, mutta Tahkolla ja Vuokatissa tapahtumia järjestettiin kahden hengen ja vasta perustetun yrityksen voimin.

Toinen haastattelemani henkilö on Oulun päivät –tapahtuman tapahtumakoordinaattori. Oulun päivät on kaupunkifestivaali ja sateenvarjotapahtuma, jonka alla järjestetään sekä Oulun kaupungin että muiden toimijoiden tapahtumia. Keskityin haastattelussani Oulun meripäivät –tapahtumaan, joka järjestetään Oulun päivät –tapahtuman aikana, ja jonka järjestelyvastuussa haastateltavani on. Oulun meripäivät siirretään tänä vuonna Oulun Toppilasta kaupungin torin rantaan. Tapahtumaa on aikaisemmin järjestetty nimellä Toppilan meripäivät ja se on ollut tapahtumakoordinaattorin mu-

kaan pääosin alusvierailujen ympärille rakentunut tapahtuma. Tapahtuma on pitänyt sisällään muiden muassa purjehduskilpailuja, meripelastusharjoituksia ja muita näytöksiä. Oulun päivät –tapahtuma on kokenut muutoksen kokonaisuudessaan, sillä tapahtuma siirretään tänä vuonna syksyltä kesän alkuun ja tapahtumakoordinaattorin mukaan tämä vaikuttaa monin paikoin myös tapahtuman sisältöön.

Kolmas haastateltavani on Lasten ja nuorten kulttuurifestari Spark – tapahtuman tuottaja. Tapahtuma on Tampereen kaupungin kulttuuri- ja nuorisopalveluiden yhdessä järjestämä tapahtuma, jonka päätavoitteena on nostaa esille erilaisia kulttuuriin liittyviä harrastusmahdollisuuksia Tampereella ja lähikunnissa. Tapahtumassa nostetaan esille lapsia ja nuoria ja heidän osaamistaan. Tapahtuma voidaan luokitella festivaaliksi, mutta toisaalta sen voidaan nähdä olevan myös eräänlainen messutapahtuma esitelypisteineen ja eri toimijoita esiin tuovine esityksineen. Tapahtumaa on aikaisemmin järjestetty Finlaysonin alueella, mutta tänä vuonna se siirretään Tampereen keskustorin lähetyville Laikun lavalle ja vanhan kirjastotalon tiloihin. Tapahtuman järjestämisajankohta on toukokuun loppu. Haastattelemani tuottaja on nyt ensimmäistä kertaa tapahtuman järjestelyissä mukana kulttuuripalveluiden edustajana. Hän kertoi olleensa viime vuonna järjestelyissä mukana nuorisopalveluiden edustajana, mutta tänä vuonna hän on tapahtuman päätuottajana.

Neljäs käsittelemäni tapahtuma on Kuopio Maraton. Haastattelin Kuopio Maratonin tapahtumapäällikköä, joka toimii ensimmäistä vuotta täydessä vastuussa tapahtumasta. Haastateltava oli viime vuonna mukana tapahtuman järjestelyissä osa-aikaisena tapahtumapäällikkönä, jolloin häntä koulutettiin tehtävään. Kuopio Maraton siirretään tänä vuonna Kuopiohalliin Rauhalahdesta ja tapahtuma järjestetään syyskuun alussa. Tapahtumapäällikön mukaan kyseessä on perinteisesti järjestetty juoksutapahtuma, joka on kehittynyt pienen piirin tapahtumasta suureksi massatapahtumaksi, jossa nykyisin on keskimäärin 2500 osallistujaa. Tapahtuma luokitellaan urheilutapahtumaksi sen perinteisen muodon vuoksi. Tänä vuonna tapahtuma järjestetään 14. kerran.

Viides ja kuudes haastateltava edustavat samaa tapahtumaa. Viides haastateltava on Kotkan Meripäivien ohjelmapäällikkö ja kuudes haastateltava on tapahtuman tuottaja. Kotkan Meripäivät on haastateltavien mukaan yksi Suomen suurimmista kesätapahtumista, joka on kaupungin järjestämä ja muovautumassa koko ajan enemmän kaupunkifestivaaliksi. Pääpaino tapahtumassa on musiikissa, mutta tapahtuman aikana on myös paljon muita aktiviteetteja ja esityksiä. Tapahtuma siirretään tänä vuonna Kotkan kantasatamasta Sapokan miljööseen ja Arto Tolsa –areenan ympäristöön.

Ohjelmapäällikkö on ollut kulttuurijohtajan ominaisuudessa tapahtuman järjestelyissä mukana kaksi vuotta ja siirtyi tänä vuonna nykyiseen virkaansa. Hänen mukaansa hän on ollut muutaman vuoden ajan vastuussa tapahtuman kehittämisestä, ja paikan vaihdokseen liittyen hän ottaa täyden vastuun tapahtumasta. Tapahtumatuottaja on toiminut reilun vuoden ohjelmapäällikön viransijaisena ja ollut vahvasti mukana tapahtumaa koskevissa muutoksissa. Hän on osallistunut seitsemän kertaa Kotkan Meripäivät –tapahtuman järjestämiseen eri rooleissa. Viimeiset kolme vuotta tapahtumatuottaja on ollut suuremmassa vastuussa tapahtumasta. Kotkan Meripäivät järjestetään heinäkuun lopussa.

5.2 Perustiedot tapahtumista

Tapahtuman luokittelun kautta haastateltavat kertoivat tapahtuman luonteesta ja tarkoituksesta sekä tavoitteista ja kohderyhmästä, jolloin esille tulivat tapahtuman perustiedot. Perustietoihin kuuluu myös tapahtuman onnistumisen mittaaminen. Haastateltavien oma toimenkuva ja se, kuinka kauan he ovat olleet järjestämässä tapahtumaa kertovat, mistä lähtökohdista haastatteluun vastataa. Onko haastateltavalla esimerkiksi kokemusta useiden vuosien ajalta, vai onko haastateltava mukana tapahtuman järjestelyissä uutena kasvona? Perustietojen kautta haastattelulle saatiin lähtökohta, ja joskus perustietojen kautta voidaan myös pohtia, miksi tiettyjen tapahtumien haastatteluissa jotkin asiat nousivat vähemmän tai enemmän esille kuin toiset.

Perustiedoista esille tuli se, että haastattelemani tapahtumat ovat luonteeltaan hyvin erilaisia. Mukana on perinteinen urheilutapahtuma ja uudella tavalla järjestetty, hauskanpitoon tarkoitettu urheilutapahtuma, iso kaupunkifestivaali ja pienempi kaupungin järjestämä, lapsille ja nuorille tarkoitettu festivaali sekä hyvin tarkkaan aiheeseen keskittyvä meriaiheinen tapahtuma. Haastattelemistani henkilöistä kahdella on alle vuoden kokemus tapahtuman järjestämisvastuussa olevana henkilönä, ja siirrettävä tapahtuma tulee olemaan heille ensimmäinen kerta tapahtuman järjestelyissä. Muilla neljällä haastateltavalla kokemusta oli jo useamman vuoden ajalta.

Neljä haastateltavaa kuudesta kertoi, ettei heidän tapahtumansa onnistumista mitata varsinaisilla systemaattisilla mittareilla. Tapahtuman onnistumisen mittaamisen keinoista eniten esille nousi kävijä- ja osallistujamäärän mittaaminen. Kaikkien viiden tapahtuman onnistumista mitataan haastattelujen mukaan kävijä- ja/tai osallistujamäärän perusteella. Kahden tapahtuman onnistumisen mittarina käytettiin haastateltavien mukaan suoraan kerättyä palautetta. Taloudellinen mittaaminen nousi esille kahden tapahtuman järjestäjien vastauksissa. Yksittäisiäkkin asioita tuli ilmi haastatteluisissa. Yhden vastaajan mukaan tärkeää on myös se, miten hyvin yhteisö lähtee mukaan tapahtuman järjestämiseen, toisen tapahtuman onnistumisen mittarina käytetään myös mediassa käytävää keskustelua ja kolmas tuottaja kertoi tapahtuman onnistuneen silloin, kun tapahtuman järjestelyt ovat sujuneet järjestäjän mielestä hyvin.

Tapahtuman ikä eli se, montako vuotta tapahtumaa on järjestetty, voi myös vaikuttaa vastauksiin ja esille nouseviin asioihin. Jos kyseessä on monta vuotta järjestetty tapahtuma, sen tietyt osa-alueet ovat voineet jo rutinoitua, jolloin tapahtuman siirtämisellä voidaan nähdä olevan joissain tapauksissa enemmän vaikutuksia. Jos taas kyseessä on verrattain nuori tapahtuma, on joitakin järjestelyjen osa-alueita ehkä helpompi muuttaa, jolloin vaikutus ei välttämättä ole niin suuri tai muutos niin vaikea viedä läpi. Halusin myös selvittää, onko tapahtuma aiemmin vaihtanut tapahtumapaikkaa, ja kauanko tapahtumaa on järjestetty nykyisessä, uudessa tapahtumapaikassa eli onko organisaatiolla kokemusta tapahtumapaikan vaihtamisesta, vai onko tapahtumaa järjestetty samalla rutiinilla vuosien

ajan. Tämä voi vaikuttaa joidenkin tapahtumien kohdalla siirtämisen vaikeuteen ja järjestelyiden muutoksiin.

Oulun Meripäivät ja Kuopio Maraton muistuttavat toisiaan siinä, että kumpikin tapahtuma on jo useita vuosia vanha, ja tänä vuonna tapahtumat siirretään ensimmäistä kertaa uuteen tapahtumapaikkaan. Lasten ja nuorten kulttuurifestari Spark ja Tahkon Järvilätkä sekä Vuokatin Pipolätkä ovat kaikki verrattain nuoria tapahtumia ja, näissäkin tapahtumissa kyseessä on ensimmäinen kerta, kun tapahtuma siirretään. Tahkon Järvilätkä ja Vuokatin Pipolätkä poikkeavat muista tapahtumista siinä, että siirron myötä entinen tapahtuma, Kajaanin pipolätkä, on siirretty kerralla kahdelle uudelle paikkakunnalle. Tapahtumat ovat myös ainoita tutkituista tapahtumista, joiden paikkakuntaa on vaihdettu. Muut tapahtumat ovat vaihtaneet tapahtumapaikkaa alueen sisällä. Kotkan Meripäivät on jo pitkät perinteet omaava kaupunkifestivaali, ja sitä on vuosien mittaan siirretty tapahtumapaikasta toiseen useamman kerran.

5.3 Tapahtumapaikan valinta

Tapahtumapaikan valintaa käsiteltiin nykyisen tapahtumapaikan näkökulmasta sekä yleisesti haastateltavien oman näkökannan esiin tuomiseksi. Nykyisen tapahtumapaikan valintaan vaikuttavat tekijät on tärkeä määritellä, koska osaltaan myös paikkakunnan tai tapahtumapaikan vetovoimatekijät voivat vaikuttaa tapahtuman siirtämiseen. Lisäksi halusin selvittää, miksi juuri kyseinen tapahtumapaikka on valittu, jotta saan näkökulmaa ehdotuksiini toimeksiantajalle. Haastateltavien oma näkökanta tapahtumapaikan valinnan vaikutuksesta tapahtuman onnistumiseen antoi myös osviittaa siitä, mistä näkökulmasta tapahtuman siirtämiseen vastataan.

Kaikkien vastanneiden mielestä tapahtumapaikan valinnalla on suuri merkitys tapahtuman onnistumiseen. Yleisesti koettiin, että tapahtumapaikka ohjaa tapahtuman suunnittelua sekä antaa rajat tapahtuman sisällölle. Jotakin asioita ei voida toteuttaa tietynlaisissa paikoissa. Toisaalta tapahtumapaikka antaa myös mahdollisuudet tapahtuman sisällön kehittämiseen.

Kaikki haastateltavat mainitsivat vastauksissaan sijainnin yhtenä tärkeänä paikan valintaa määrittävänä tekijänä. Etäisyys keskustaan on tärkeää, jotta satunnaisetkin ohikulkijat voivat osallistua tapahtumaan. Lisäksi tapahtuman koettiin olevan helpommin löydettävissä ja saavutettavissa, mikäli se sijaitsee keskeisellä paikalla muihin alueen nähtävyyksiin nähden.

”No tota, sen keskeinen sijainti. Et tota semmosetki perheet, jotka ei välttämättä ois ennakkotietoa tapahtumasta bonganneet, ni vois sattumalta kävellä paikalle, et se ois ehkä sillä tavalla helpompi paikka vaan kävellä sisään ja saapua sattumalta paikalle --”

”Kuitenkin tavallaan, jos haetaan etäisyyttä esimerkiksi torilta, ni olemme suunnillee yhtä kaukana, kun mitä edellisinäkin vuosina, et ei mihinkään hirveen kauas tarvinnu lähteä. Se oli se tärkeä juttu. Ja tota liikenneyhteydet on -- myös hyvät, että tota autolla pääsee suht helposti siihen.”

Tapahtuman muodosta nousevia, valintaan vaikuttavia tekijöitä oli monia ja ne vaihtelivat tapahtumakohtaisesti. Kaikki tapahtumat ovat kohderyhmältään ja tarkoitukseltaan sekä kooltaan erilaisia, joten samat asiat eivät ole tärkeitä kaikkien tapahtumien järjestäjille. Esimerkiksi tapahtumapaikan imago koko Suomen juhlimispaikkana oli tärkeää yhdelle tapahtumalle, kun taas toiselle tapahtumalle yksi tärkeimmistä tapahtumapaikan valintaan vaikuttaneista tekijöistä on veden läheisyys. Kahden haastateltavan vastauksissa nousi esille tapahtuman koon aiheuttamat rajoitteet tapahtumapaikan valinnalle ja tapahtuman mahdolliselle kasvattamiselle.

”No siis kun puhutaan tän kokoluokan tapahtumasta, ni kyl se ohjailee vahvasti, että mihin saahaan meidän halutut toiminnot sijoitettua järkevästi.”

Alueen matkailuarvon ja muiden palveluiden vaikutus tapahtumapaikan valinnassa tuli esille vastauksissa. Lisäksi vastauksissa nousi esille se, että tapahtumapaikalta tulee löytyä jo valmiiksi tapahtumaan tarvittavia

tiloja ja rakenteita, jottei järjestäjä joudu tuomaan tai rakentamaan kaikkea paikan päälle itse.

”-- kaikki palvelut oikeestaan siinä sanotaanko 300 metrin säteellä. Että siitä löytyy kaikki, ravintolat, sitte tottakai jatkopaikat, ku porukat lähtee illalla sitte juhlimaan, ni ne on lähellä ja kaikki on siinä kivenheiton päässä melkei.”

”-- että siellä kaikki nuo fasilitetit on niiku valmiina, että siellä on tosi hyvin niiku parkkitilaa, sit siellä on -- suihkut ja WC-tilat ja sinne pystytään sitte helposti ilman suurempia rakenteluita pystyttämään toimistotilat ja sitten nämä niiku tapahtumatorit ja tämä tapahtuma niiku vaatii, ni ei tarvii sen kummempia rakenteluita siellä tehdä.”

Osaltaan tapahtumapaikan valinnan vaikuttumina nähtiin myös tapahtumapaikasta saadut aikaisemmat hyvät kokemukset. Yhden tapahtuman järjestäjä asuu itse lähellä uutta paikkaa, ja hänellä on myös kokemusta paikan työyhteisöstä. Sen sijaan toinen tapahtumista on jo kertaalleen järjestetty tulevassa tapahtumapaikassa, joten järjestäjät tiesivät, että alue toimii tapahtuman järjestämisessä hyvin, ja joitakin vanhoja pohjia pystyttiin käyttämään suunnittelun apuna.

5.4 Tapahtuman siirtäminen

Tapahtumapaikan sijainti nousi esille paitsi tapahtumapaikan valintaan vaikuttavissa tekijöissä, myös vastauksissa tapahtumapaikan siirtämisen syihin. Kolmessa tapahtumassa viidestä tapahtuman siirtämisen syiksi mainittiin tapahtuman sijaitseminen syrjässä. Tapahtumien nähtiin olevan syrjässä lähinnä kävijöitä ajatellen, ja siirtoon oli vaikuttanut suurelta osin se, että kävijämääriä pyrittiin siirron avulla ja saavutettavuuden parantamisella kasvattamaan.

*” Se -- oli hyvä paikka, mutta se on ehkä hieman sillee pii-
lossa ja on tämmöne --, jota ympäröi rakennukset, että siinä tapahtuma ei oikei näy siinä sitte muualle.”*

Entisten tapahtumapaikkojen nähtiin olevan myös rajoittavia tekijöitä tapahtuman kasvulle ja muutto tuli ajankohtaiseksi, jotta tapahtumaa pystytettiin kehittämään:

”Et niiku sanoin, ni -- ei oo ollu missään nimessä huono paikka, mutta siinä on niiku ollu tosi rajattu se alue, että miten asiat voidaan tehdä.”

Sekä Kotkan Meripäivien että Oulun Meripäivien tapahtumapaikan vaihtaminen aiheutui pakosta. Molempien tapahtumien vanhassa tapahtumapaikassa on alkamassa remontti, joten tapahtumien oli pakko löytää uudet tapahtumapaikat, jotta järjestäminen voi jatkua. Näiden tapahtumien järjestäjät eivät maininneet muita syitä tapahtumapaikan vaihdolle, ja heidän mielestään tapahtumapaikat olisivat todennäköisesti pysyneet samana ilman pakkomuuttoa.

5.4.1 Siirtämisen aiheuttamat haasteet tapahtuman järjestämiseen

Jokaisella tapahtumalla ilmeni tapahtuman muotoon ja tapahtumapaikkaan sidoksissa olevia haasteita. Tällaisia haasteita olivat esimerkiksi sään vaikutus, alueella olevan tekonurmen kunnosta huolehtiminen, läheisen kirkon toimitusten huomioon ottaminen ja alusvierailujen suunnittelu.

Tapahtuman siirtämisen vaikutukset vaihtelivat vastauksissa hyvin paljon tapahtumakohtaisesti. Kaikki haastateltavat huomasivat siirron vaikuttaneen tapahtuman järjestelyihin siten, että uuden tapahtumapaikan myötä kaikki tapahtumasuunnitelmat turvallisuusasiakirjoista lupien hakemiseen ja asioiden sijoitteluun alueelle pitää suunnitella uudestaan eikä vanhoja pohjia voida enää käyttää. Tapahtumapaikan tarjoamien mahdollisuuksien hyödyntäminen koettiin myös haasteena vastauksissa.

”Eli tota meil on tietyst pitkät perinteet tapahtumalla ja on semmosii tavallaa ”pitää olla” –osa-alueita ja niiku ei oo helppo päättää, että tänä vuonna ei oo sitä ja tätä, vaa piti

saaha niille toiminnoille semmone alue, mihi ne mahtuu ja mihi ne saahaa turvallisuusnäkökulmat huomioiden sijotettu."

"Kaikki suunnitelmat ja hakemukset, niiku turvallisuus-suunnitelmat ja muut tehdään sitten täysin uusiksi."

Hajontaa vastauksissa oli siinä, pitikö tapahtuman järjestelyt aloittaa aikaisemmin. Vain yhden tapahtuman järjestäjä kertoi siirtämisen tiukentaneen aikatauluja, ja toisen tapahtuman haastateltava kertoi tiettyjen asioiden "lukkoonlyömisen" tapahtuneen totuttua aikaisemmin. Muiden tapahtumien järjestäjät kertoivat, etteivät ole huomanneet vaikutusta tapahtuman järjestelyjen aikatauluihin. Haastateltavat tosin totesivat, että järjestelyt olisi ehkä ollut syytä aloittaa hieman aikaisemmin joidenkin asioiden suhteen.

Uusien yhteistyökumppanien kanssa toimimisessa ilmeni haasteita kolmen haastatellun vastauksissa. Toisaalta uusille toimijoille oli hankala vakuuttaa, että tapahtuma on kannattava sponsorointikohde, ja toisaalta vanhojen yhteistyökumppaneiden kanssa haasteita aiheutti kaikkia miellyttävien ratkaisujen löytäminen. Yhden vastaajan mukaan haasteita aiheutti se, että monet potentiaaliset yhteistyökumppanit olivat jo alueen toisen toimijan tukijoita eivätkä sen vuoksi olleet halukkaita sponsoroimaan tapahtumaa. Entisen tapahtumapaikan yhteistyökumppaneiden hakeminen koettiin helpommaksi kuin yhteistyökumppanien hakeminen uuden tapahtumapaikan alueelta. Muut kolme vastaajaa eivät huomanneet siirtämisen vaikutusta yhteistyökumppaneiden hankintaan. Vanhojen yhteistyökumppaneiden koettiin olevan jopa kiinnostuneempia tapahtumasta siirron myötä ja uuden tapahtumapaikan nähtiin antavan mahdollisuuksia yhteistyökumppaneiden parempaan esilletuomiseen. Järjestelyjen vastuunjaossa vastaajat eivät olleet huomanneet suuria muutoksia, jotka olisivat olleet suoraan vaikutusta tapahtuman siirrosta.

"Tietyst, kun tulee ihan uus toimija, ni onha se tavallaa hankalampi vakuuttaa hänet, et tää on oikeesti edelleen hyvä juttu, ku että jos jatkettais siinä, missä ollaa jo monta

vuotta oltu ja tiettäis kaikest tavallaa suunnille, miten se kuvio menee, ni onhan se tavallaa varmasti. -- Mut sellane oma henkilökohtane havainto, minkä oon tehny, ku on paljo sellasten ulkopaikkakuntalaisten yhteistyötahojen kanssa käyny alueella, ni he on oikeestaa niiku järjestää kehu-nu."

"Mä veikkaan, et se näkyy myös siinä, et me saadaa sen saavutettavuuden takia enemmän näitä yhteistyökumppaneita enemmän esille tapahtumaa."

Tapahtumapaikan imago ja ihmisten odotukset ja asenteet nousivat esille kahden tapahtuman järjestäjien vastauksissa. Tapahtumapaikan mahdollisen huonon tai tapahtuman luonteeseen sopimattoman imagon nähtiin vaikuttavan järjestelyihin työmäärän kautta. Muiden muassa turvallisuuden suunnitteluun, ja toisaalta osallistujien hankkimiseen oli imagon vuoksi jouduttu käyttämään paljon aikaa. Alueen ihmisten negatiivisten asenteiden aiheuttamiin haasteisiin oli tartuttu pyrkimällä tiedottamaan muutoksesta hyvissä ajoin ja ottamalla huomioon mahdollisimman hyvin tapahtumapaikan lähetyvillä asuvien ihmisten tarpeet.

"Joillakin voi tietysti olla sellane ennakkokäsitys, että nyt on huonompi juttu, kun mennää sinne alueelle ja tietysti se kiinnostaa, että miten se valvottaa nyt joitakin taloja siinä nytte ja jotku on valmiiksi takajaloillaa tästä, että todella huono juttu, että tulette sinne möykkäämään. Mutta suurin osa kommenteista mitä on kuullu, ni ihmiset on ollu tyytyväisiä ja niiku iloissaan siitä ohjelmasta ja meidän alue-suunnittelusta."

"Se on just enemmän sellanen paikka, että sinne lähetää enemmän perheen kanssa, ku kaveriporukalla, et tonne

tuli niiku lähinnä enemmän -- tosta niiku lähiympäristöstä."

5.4.2 Tapahtuman sopeuttaminen

Vastauksissa yleisesti tuli esille se, että järjestäjien on vaikea hahmottaa, mitkä muutokset tapahtumassa johtuvat uudesta tapahtumapaikasta, ja mitkä tekijät johtuvat tapahtuman normaalista muusta kehittämisestä. Vain yhdessä vastauksista tapahtuman sisällön kerrottiin muuttuneen radikaalisti tapahtuman siirtämisen myötä. Muissa tapahtumissa sisällön kerrottiin pysyneen pääpiirteissään samana, vaikka joistakin osista on jouduttu luopumaan ja joitakin osia on jouduttu sijoittelemaan uudelleen. Kahden tapahtuman nimi on muuttunut tapahtumapaikan vaihtamisen myötä, koska aikaisempi tapahtuman nimi on ollut sidoksissa vanhan tapahtumapaikan nimeen.

Kahden tapahtuman toimintoja on jouduttu hajauttamaan uuden tapahtumapaikan takia, sillä kaikki entiset toiminnot eivät ole mahtuneet samalle alueelle. Yhdessä tapahtumassa on jouduttu luopumaan ohjelman oleellisesta osasta sen takia, että tämän osan järjestäminen nykyisessä paikassa ei ollut järjestäjän mielestä nopealla aikataululla ja annetuilla resursseilla mahdollista. Kahden tapahtuman ohjelma on laajentunut tapahtumapaikan vaihtamisen myötä, sillä uusi tapahtumapaikka tarjoaa järjestäjien mukaan paremmat mahdollisuudet tapahtuman kasvattamiseen.

5.4.3 Siirtämisen vaikutus tapahtuman onnistumiseen

Tahkon Järvilätkän ja Vuokatin Pipolätkän järjestäjää lukuun ottamatta haastateltavat eivät voineet antaa kuin suuntaa antavia arvioita tapahtuman onnistumiseen siirron näkökulmasta. Järjestäjät vastasivat siitä näkökulmasta, millaisia vaikutuksia onnistumiseen he ovat huomanneet järjestelyjen tässä vaiheessa. Tapahtuman lopullista onnistumista siirron jälkeen on vaikea kuitenkin ennustaa.

Kaikkien haastateltavien mukaan tapahtuman siirtämisellä on ollut myönteinen vaikutus tapahtuman järjestämiseen. Siirron koettiin antaneen uutta

näkökulmaa ja myös pakottaneen järjestäjät positiivisella tavalla miettimään totuttuja toimintatapoja uudesta näkökulmasta. Kaikki haastateltavat mainitsivat saaneensa paljon palautetta siirrosta ja suurin osa palautteesta on ollut myönteistä.

"On varmaan avannu meidän silmiä sillee, että miten tätä vielä voitais muuttaa ja kehittää ja kyl mä veikkaan, että tätä lähettii tällee muuttamaa, on alkusysäys jollekin suuremmalle. Et kyl mä veikkaan, et asioita mietiskellään, et mite näitä sais paremmin tehtyy jatkossa ja niiku mikä on välttämätöntä, voitasko jotkut asiat tehdä eri tavalla vai ollaanko tiettyjen asioiden vankeja. Että tavallaa, kun on pakko muuttua, ni sitä aletaa miettii näitä eri asioita vähän laajemminki, että siinä mielessä se on iha hyvä asia."

"--mut palautetta, mitä on tähän asti tullu viestejä, et onpa hyvä juttu, et siirretään tapahtuma lähemmäs keskustaa ja isompiin tiloihin, niin siinä mielessä on kyllä tullu positiivista palautetta, että siirto on ollu onnistunut ja miten kuvittelisin sen vaikuttavan, ni palautetta tulee varmasti molempaa sorttia."

Yksi vastanneista totesi järjestelyiden sujuneen helposti ja tapahtuman sidosryhmien ja tapahtumapaikan yhteisön lähteneen mukaan tapahtuman suunnitteluun hyvässä hengessä. Sen sijaan kahden tapahtuman osalta haastatellut ovat huomanneet, että tapahtumapaikan siirron myötä uusi yhteisö suhtautuu tapahtumaan skeptisesti, ja ihmisten suhtautumisen vaikutusta tapahtuman onnistumiseen pyritään minimoimaan tapahtuman järjestelyiden kautta. Yhden tapahtuman osalta järjestäjä pohtii, kannattaako tapahtumaa järjestää uudessa paikassa ensi vuonna.

5.5 Ehdotukset toimeksiantajalle

Esittelen kaksi konkreettista vaihtoehtoa uudeksi paikkakunnaksi toimeksiantajani tapahtumalle. Ensimmäinen vaihtoehto on hyvin mahdollinen ja

se sijaitsee lähellä toimeksiantajani asuinpaikkaa sekä tapahtuman alkuperäistä tapahtumapaikkaa. Toinen ehdotus on niin sanottu villikorttiehdotus. Se on toimeksiantajalle ehkä odottamaton, mutta silti mahdollinen, vaikkakin vaatii sijaintinsa vuoksi toimeksiantajalta paljon järjestelyiden suhteen.

Tutkimuksen perusteella sijainti ja näkyvyys ovat suuressa roolissa onnistuneessa tapahtumapaikan valintaprosessissa. Imatran kaupunki on Äijänkäräyksen MM-kilpailujen alkuperäiskotikunnan, Ruokolahden, naapurikunta. Imatran suurena etuna järjestäjän näkökulmasta on se, että se sijaitsee lähellä eikä sen järjestämisen vuoksi tarvitsisi liikkua pitkiä matkoja. Tapahtumapaikan tai paikkakunnan imagolla on tutkimuksen ja tietoperustan perusteella merkitystä koko tapahtuman onnistumisen kannalta. Levin imago menevänä kohteena sopii Äijänkäräyksen MM-kilpailujen kaveri- ja yritysryhmien kohderyhmän tavoitteluun. Levillä on myös paljon koko perheelle sopivia aktiviteetteja ja palveluita ja Levi tarjoaa myös keksäisin lapsille oman viikko-ohjelman.

5.5.1 Etuna sijainti suhteessa järjestäjään

Äijänkäräyksen MM-kilpailujen järjestäjän mukaan tapahtuman järjestämisen kannalta tärkeää on, että uudelta paikkakunnalta löytyy potentiaalisia yhteistyökumppaneita. Imatraa uutena paikkana puoltaa se, että tapahtuma tunnetaan jo alueella, ja tapahtuman mainetta voi käyttää apuna uusien yhteistyökumppaneiden hankinnassa. Tapahtuman vanhat yhteistyökumppanit ovat tavoitettavissa, ja heidät on mahdollista saada helpommin mukaan tapahtuman järjestelyihin kuin jos tapahtuma sijaitisi kaukana alkuperäiseltä paikkakunnalta. Tutkimuksen perusteella selvisi, että tapahtuman siirtämisessä haasteen aiheuttaa yhteistyökumppanit. Uusien yhteistyökumppaneiden vakuuttaminen ja vanhojen yhteistyökumppanien miellyttäminen aiheuttaa järjestäjälle haasteita. Äijänkäräyksen MM-kilpailujen yksi siirtämissyy on juuri se, ettei rahoitusta tapahtumalle tuntunut alkuperäiseltä alueelta löytyvän. Tämä seikka tulee ottaa huomioon suunniteltaessa tapahtuman strategiaa yhteistyökumppaneiden suhteen.

Millä vakuutetaan yhteistyökumppaneille, että uuden paikkakunnan myötä tapahtumaa pystytään kehittämään entistä paremmin? (Niiranen 2014.)

Ihmisten asenteet nähdään tutkimuksen perusteella haasteena tapahtuman siirtämisessä uuteen paikkaan. Tapahtumat aiheuttavat paljon tunteita ja mielipiteitä sekä tapahtumaa että tapahtumapaikkaa kohtaan löytyy niin puolesta kuin vastaan. Imatran läheinen sijainti alkuperäiseen paikkakuntaan aiheuttaa myös sen, että tapahtumanjärjestelyissä on mahdollista hyödyntää olemassa olevia verkostoja ja alihankkijoita. Järjestäjät tuntevat alueen ja sen toimijat, jolloin yhteistyö sujuu jo totuttuun tapaan. Alueella on paljon kesäasukkaita, jotka muodostavat hyvän asiakaspotentiaalin. Ihmisten asenteet tapahtumaa kohtaan tulee kartoittaa kuitenkin tarkasti ennen tapahtuman siirtämistä, sillä Kulttuuripalvelu Kaiku Ky koki haasteelliseksi alkuperäisellä paikkakunnalla sen, ettei yhteisö ottanut tapahtumaa omakseen. (Niiranen 2014.)

Äijänkäräyksen MM-kilpailujen järjestäjän mukaan on tärkeää, ettei uudella paikkakunnalla ole jo vastaavanlaista isoa kesätapahtumaa, jotta yleisöstä ei jouduta kilpailemaan. Imatran suurimman kesätapahtuman, Imatra Big Band Festivalin, järjestäminen on lopetettu, joten kaupungissa on mahdollisesti sijaa uudennlaiselle vetonaulatapahtumalle. Tutkimuksessa nousi esille, että tapahtumapaikan sijainti suhteessa alueen muihin nähtävyyksiin on tärkeää matkailijoiden houkuttelemiseksi. Imatra on kuuluisa koskestaan ja Valtionhotellistaan, jotka nähtävyyksinä houkuttelevat matkailijoita alueelle. (GoSaimaa 2015; Niiranen 2014.)

Tutkimuksen perusteella voi sanoa, että oheispalvelujen saatavuus paikkakunnalla vaikuttaa paljon tapahtuman siirron onnistumiseen. Tärkeää on myös se, että alue on helposti saavutettavissa ulkopaikkakuntalaisten näkökulmasta. Imatralla ja sen lähiympäristössä sijaitsee paljon majoitus- ja ravintola- ja aktiviteettipalveluita kylpylät mukaan lukien, jotka osaltaan houkuttelevat mahdollisia kävijöitä tapahtumaan ja Imatran alueelle ja saavat kävijät myös viihtymään alueella pidempään. Imatran kaupunki sijaitsee suuren valtatievarressa, ja kaupungissa on rautatieasema. Lähin

lentokenttä löytyy noin kolmenkymmenenviiden kilometrin päässä Imatralta, Lappeenrannassa. (GoSaimaa 2015.)

5.5.2 Villikorttivaihtoehto

Levin matkailukeskus on tunnettu talvimatkailukohteena, mutta alueelta puuttuu koko Suomen tuntema kesämatkailun vetonaula. Tutkimuksessa nousi esille sijainnin ja näkyvyyden tärkeys. Leville on Lapin matkailukohdeksi verrattain hyvät kulkuyhteydet. Kittilässä sijaitsee lentokenttä ja junalla pääsee Kolariin asti, junabussilla aivan Levin keskustaan. Näkyvyyttä tapahtuma voi Levin kautta pyrkiä saamaan esimerkiksi alueen yhteisen matkailutoimiston kautta. (Levin Matkailu 2015.)

Vaikka tutkimuksessa ei paikan siirtämisellä havaittu olevan suurta vaikutusta järjestelyjen aikatauluun, voi Levi uutena paikkakuntana aiheuttaa sen, että tapahtuman suunnittelu tulee aloittaa hyvissä ajoin paikan sijainnin vuoksi. Levin sijainti on myös sen huono puoli, sillä se sijaitsee kaukana järjestäjien kotipaikkakunnalta. Järjestelyjen hoitaminen suurimmaksi osaksi etäyhteyksiä käyttäen voi aiheuttaa hankaluuksia erityisesti perinteisten toimijoiden kanssa toimiessa. Lisäkustannukset sekä järjestäjälle että kävijöille kasvavat myös välimatkan kasvaessa.

Oheispalveluiden läheisyys suhteessa tapahtumapaikkaan nousi esille tärkeänä paikan valintaan vaikuttavana tekijänä tutkimuksessa. Myös tietoperustassa Levin alueelta löytyy valmiiksi tapahtumaa tukevia palveluita. Majoitusmahdollisuudet ovat kattavat, yli 24 000 vuodepaikkaa, ja alueen ravintolapalvelut ovat toimivat ja monipuoliset. Levillä on kesäisinkin luonnon lisäksi muita, matkailijoita kiinnostavia aktiviteetteja, kuten golfkenttä ja erilaiset opastetut kesäsafarit. Ulkomaalaisia matkailijoita saadaan houkuteltua tapahtumaan Lapin ainutlaatuisen luonnon avulla. (Levin Matkailu 2015.)

Äijänkäräyksen MM-kilpailuille tärkeä kriteeri uudelle paikkakunnalle on se, että alueelta löytyy potentiaalisia yhteistyökumppaneita ja sponsoreita ja se, että alueella on valmiiksi hyvä yleisöpotentiaali. Levin alueella on

paljon matkailualan yrittäjiä, joiden lisäksi potentiaalisia yhteistyökumppaneita ovat alueen muut palveluntarjoajat. Yleisöpotentiaali sen sijaan Levillä on pieni, sillä alueella vakituisesti asuvia ihmisiä ei ole paljon. Tutkimuksessa haastateltavat näkivät haasteena sen, miten uuden tapahtumapaikan tai paikkakunnan myötä uusille yhteistyökumppaneille vakuutetaan, että tapahtuma tulee toimimaan paikkakunnalla. Äijänkäräyksen MM-kilpailujen suhteen tämä tarkoittaa sitä, että on luotava vakuuttava strategia yhteistyökumppaneiden hankintaa ajatellen ja näin tehdä tapahtumasta jo sen suunnitteluvaiheessa myyvä. (Levin Matkailu 2015, Niiranen 2014.)

Tutkimuksessa nousi esille se, että tapahtuman siirtäminen uudelle paikkakunnalle ravistelee positiivisella tavalla tapahtuman järjestäjiä ja totuissa kaavoissa ei voida enää pysyä. Tutkimuksessa havaittiin myös se, että tapahtuman sisältöä tulee muokata uuteen tapahtumapaikkaan sopivaksi. Äijänkäräyksen MM-kilpailujen vieminen Leville aiheuttaa muutokset monissa tapahtuman järjestämisen osa-alueissa. Levin mahdollisuudet tulee ottaa huomioon, mikäli tapahtuma siirrettään alueelle. Esimerkiksi Lapin kulttuurin ottaminen osaksi tapahtumaa voi olla aiheellista, jotta tapahtuman kotiutuminen paikkakunnalle mahdollistetaan parhaalla mahdollisella tavalla.

6 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli antaa konkreettisia ehdotuksia toimeksiantajalleni mahdollisista uusista paikkakunnista Äijänkäräyksen MM-kilpailut –tapahtuman järjestämiseen. Kvalitatiivisen, puolistrukturoidun haastattelututkimuksen kautta pyrin selvittämään ne syyt, jotka johtavat tapahtuman siirtämiseen uudelle paikkakunnalle tai uuteen tapahtumapaikkaan sekä ne seuraukset, jotka siirrosta aiheutuvat järjestäjän näkökulmasta.

Opinnäytetyö koostui tietoperustasta, joka antoi teoreettisen viitekehykset tutkimukselle, sekä empiriaosasta, jossa tutkittiin tapahtuman siirtämisen syitä ja seurauksia järjestäjän näkökulmasta ja muodostettiin tutkimuksen pohjalta ehdotukset toimeksiantajlle mahdollisista uusista tapahtumapaikkakunnista. Tässä kappaleessa teen johtopäätökset tutkimuksesta, arvioin tutkimuksen reliabiliteettia ja validiteettia, arvioin tutkimuksen onnistumista sekä nostan esille muutamia jatkotutkimusaiheita.

6.1 Johtopäätökset

Tutkimuksen perusteella voi sanoa, että vaikka joitakin yhteisiä tekijöitä löytyy, ovat tapahtuman siirron syyt ja seuraukset lopulta aina kiinni tapahtuman tyypistä ja sen muodosta nousevista tekijöistä. Vastaukset tutkimuksessa voivat vaihdella toisaalta sen mukaan, montako vuotta henkilö on ollut järjestämässä tapahtumaa ja toisaalta sen mukaan, montako vuotta tapahtumaa on järjestetty. Ennen tapahtuman siirtoa on tärkeä määritellä, mitkä asiat omassa tapahtumassa ovat ne kaikkein tärkeimmät, mitä asioita siirrolla halutaan parantaa, ja mistä asioista voidaan luopua, mikäli uusi tapahtumapaikka sitä vaatii. Uudesta tapahtumapaikasta tulee löytyä valmiiksi jo tapahtuman kannalta oleellisia rakenteita, jottei järjestäjän tarvitse kaikkea tehdä alusta alkaen.

Tutkimuksesta ilmeni, että jokaisen tapahtuman sisältö vaikuttaa paljon siihen, millaisia haasteita tapahtuman siirtäminen aiheuttaa. Järjestelyjen suhteen pitää ottaa huomioon uuden tapahtumapaikan asettamat, tapah-

tumakohtaiset haasteet ja järjestelyiden suunnittelu on aiheellista aloittaa totuttua aikaisemmin, jotta esimerkiksi tarvittavat luvat saadaan ajoissa. Uuden yhteisön huomioon ottaminen on tärkeää tapahtuman siirron onnistumisen kannalta, jotta tapahtuma saadaan sujuvasti kotiutettua uuteen tapahtumapaikkaan tai uudelle paikkakunnalle. Käsittelen alla tutkimuksesta nousseet johtopäätökset tutkimuskysymysten teemojen mukaisesti

6.1.1 Tapahtumapaikan valinta

Tutkimuksen perusteella voidaan sanoa, että haastateltavat olivat Kauhasen ym. (2002, 38) kanssa samaa mieltä siitä, että yleisötapahtuman tapahtumapaikalla on suuri merkitys tapahtuman onnistumiselle. Kuten tietoperusta ja tutkimus yhdessä osoittivat, tapahtumapaikan sijainti on tärkeää. Getzin (2005, 104-106) mukaan sijaintia on syytä tarkastella kohde-ryhmän näkökulmasta. Tapahtuma on paremmin kävijöiden saavutettavissa, mikäli se sijaitsee lähellä keskustaa tai muita nähtävyyksiä. Tutkimuksessa selvisi, että sijainnilla voidaan luoda lisäarvoa tapahtuman sponso-reille ja muille yhteistyökumppaneille tapahtuman näkyvyyden kautta. Tapahtuman sijaintia valitessa järjestäjän tulee kartoittaa hyvin alueen kulkuvälinemahdollisuudet ja se, miten hyvin tapahtuma näkyy tapahtumapaikan ulkopuolelle.

Tutkimuksen tulokset tukivat tietoperustassa esiteltyjä Getzin (2005, 104-106), Kauhasen ym. (2002, 38) ja Terzin ym. (2013, 364-365) näkemyksiä siitä, että tapahtumapaikalla olevat valmiit rakenteet ja toiminnot tapahtuman tarpeisiin nähden helpottavat järjestäjän työtä ja osaltaan pienentävät myös rahoituskustannuksia, kun järjestäjän ei tarvitse rakentaa kaikkea alusta alkaen. Mikäli paikkakunnalla ja tapahtumapaikan lähellä on paljon oheispalveluiden tarjoajia, nähdään alue houkuttelevampana. Erityisesti tapahtumaa tukevat oheispalvelut, kuten majoitus- ja ravintolapalvelut, on tärkeä määrittää hyvissä ajoin paikkakunnalta ja mahdollista yhteistyötä voi kartoittaa jo ennen varsinaista päätöstä uudesta paikasta.

Tutkimuksessa selvisi, että tapahtumapaikasta aikaisemmin saadut kokemukset vaikuttavat myös tapahtumapaikan ja paikkakunnan valintaan. Mi-

käli tapahtumapaikasta tai alueen toimijoista ei ole henkilökohtaista kokemusta, on tapahtumajärjestäjän syytä tiedustella kokemuksia sellaisilta tahoilta, jotka ovat järjestäneet aikaisemmin tapahtumapaikassa tai paikkakunnalla tapahtumia. Alueen yhteisön saaminen mukaan tapahtuman järjestämiseen on tärkeää, koska ilman yhteisön tukea tapahtuman kotiutuminen on hyvin vaikeaa paikkakunnalle.

Tutkimuksessa nousi esille se, että tapahtumapaikan ja paikkakunnan imagojen tulee sopia tapahtuman tarkoitukseen. Tulos tukee Getzin (2005, 104-106) teoriaa siitä, että tapahtumapaikan ilmapiiri ja imago ovat tärkeitä tekijöitä tapahtuman tunnelman luomisessa ja ristiriitoja tapahtuman tavoitteen ja tapahtumapaikan imagon välillä tulee välttää.

Tapahtumapaikan ja paikkakunnan valinnassa tapahtumajärjestäjän on syytä määrittää oman tapahtuman tärkeimmät ja välttämättömimmät osa-alueet, sidosryhmät ja niiden vaikutus sekä tapahtuman muodosta nousevat paikanvalinnankriteerit. Valmiita malleja ei voida paikkaa valitessa täysin noudattaa, sillä jokaista tapausta tulisi katsoa tapahtumakohtaisesti. Tapahtumapaikka määrittää tapahtuman sisältöä vahvasti ja sen vuoksi on tärkeää, että paikka tukee järjestäjän tapahtumalle asettamia tavoitteita.

6.1.2 Tapahtuman siirtämisen syyt ja seuraukset

Tutkimuksen perusteella tärkein syy tapahtuman siirtämiselle on tapahtumapaikan sijaitseminen syrjässä ja tapahtumapaikan aiheuttamat rajoitukset tapahtuman kehittämiseen ja kasvuun. Getzin (2005, 104-106) mukaan tapahtumapaikan sijainti on tärkeä tekijä tapahtumapaikkaa valitessa, ja tapahtuman muoto määrittää vaatimukset tapahtumapaikalle. Vehmaisen artikkelissa (2010) todetaan, että tapahtuman kohderyhmä ja tavoite rajaavat tapahtumapaikan valintaa. Tapahtuman halutaan houkuttelevan kävijöitä, ja tällöin on tärkeää sekä se, että tapahtumapaikalle pääseminen on helppoa että se, että tapahtuma näkyy myös tapahtuma-alueen ulkopuolelle. Tutkimuksen perusteella näkyvyys vaikuttaa paitsi kävijämäärään myös yhteistyökumppaneiden halukkuuteen osallistua tapahtuman sponsorointiin tai muuhun toimintaan. On tärkeää, että tapah-

tumaa kehitetään vuosi vuodelta, jotta säilytetään kävijöiden, osallistujien ja yhteistyökumppaneiden mielenkiinto. Mikäli tapahtuman kehittäminen paikkakunnalla tai tapahtumapaikassa koetaan hankalaksi, on syytä miettiä siirron mahdollisuutta.

Joskus tapahtuman on pakko vaihtaa paikkaa siitä itsestään riippumattomista syistä. Pakko voi johtua esimerkiksi kunnan maankäytöstä. Tällaisessa tilanteessa on tärkeää, että muutoksen tarpeellisuudesta tiedetään mahdollisimman hyvissä ajoin, jotta mahdolliseen siirtymiseen osataan varautua hyvissä ajoin. Mikäli on olemassa mahdollisuus, että tapahtumapaikkaa ei voi enää käyttää, on järkevää valmistautua siirtämiseen ajoissa, ettei yllätyksiä juuri tapahtumapäivän kynnyksellä tule.

Elstonin ja Draperin (2012, 217-218) mukaan kustannuksia tapahtuman järjestäjälle aiheuttaa muiden muassa erilaisten lupa-asioden huomioonottaminen sekä lisärakenteiden ja opasteiden suunnittelu ja toteutus. Tutkimuksen mukaan tapahtuman siirtäminen vaikuttaa järjestelyihin siten, että vanhoja, edellisellä tapahtumapaikalla tai paikkakunnalla käytettyjä pohjia ja malleja ei voi enää käyttää. Kaikki lupahakemuksista turvallisuusasiakirjoihin ja aluesuunnitteluun pitää aloittaa puhtaalta pöydältä. Suunnitelmien aloittaminen alusta aiheuttaa järjestäjälle lisäkustannuksia, mutta järjestäjän tulee nähdä tämä muutos ennemmin mahdollisuutena kuin hankaluutena. Tapahtuman totuttujen kaavojen ravisteleminen aikajoin on järkevää, jotta tapahtuman kehitys jatkuu.

Siirtämisen ei yleisesti ottaen koettu vaikuttavan tapahtuman järjestelyihin aikataulullisesti. Vain yksi vastaaja kuudesta huomasi, että järjestelyaikataulut ovat tiukentuneet siirtämisen myötä. Vaikutusta siirtämisellä ei myöskään huomattu olevan järjestelyjen vastuunjakoon, vaan kaikkien vastanneiden tehtävät olivat pysyneet pääpiirteissään samoina.

Haasteita järjestelyihin aiheuttaa haastateltavien mukaan yhteistyökumppaneiden kanssa toimiminen. Uudesta paikasta on haastavaa löytää ratkaisut, jotka miellyttävät kaikkia yhteistyökumppaneita. Myös toimijoiden

sijoittaminen tapahtuma-alueelle aiheuttaa pohdintaa. Haastateltavien vastauksissa siihen, oliko siirtämisellä vaikutusta uusien yhteistyökumppanien hankintaan, oli eroja. Osan mielestä uudella paikkakunnalla oli jopa haastavampaa saada aluksi yhteistyökumppaneita, kun taas toiset eivät olleet huomanneet minkäänlaista vaikutusta. Uusien yhteistyökumppaneiden vakuuttaminen uuden paikan toimivuudesta koettiin hankalammaksi verrattuna siihen, että tapahtuma olisi pysynyt totutulla paikalla.

Ihmisten asenteet ja odotukset tapahtumaa tai tapahtumapaikkaa kohtaan nousivat esille haastatteluissa. On mietittävä, miten tapahtumapaikka tai paikkakunta sopii tapahtuman imagoon eli voiko esimerkiksi perhetapahtumaa järjestää juhlinnastaan kuuluisassa paikassa. Myös tiettyjen asenteiden tapahtumaa kohtaan koettiin aiheuttavan haasteita erityisesti silloin, kun tapahtuma tuodaan lähelle asutusta. Asenteita voidaan pyrkiä muokkaamaan tiedotuksella ja ottamalla huomioon lähialueiden asukkaiden ja toimijoiden mielipiteet.

Haastatteluissa tuli esille, että kaikki vastaajat olivat sitä mieltä, että tapahtuman sisältö pitää muokata paikkaan sopivaksi. Välttämättä koko sisällön uusiminen ei ole tarpeellista, mutta alueen hyödyntäminen tapahtuman tarkoituksen mukaisesti tulee suunnitella tarkoin. Järjestäjän on myös hyvä pohtia, mihin järjestelyihin resurssit riittävät ensimmäisenä siirtovuonna vai onko tarpeellista esimerkiksi luopua jostakin tapahtuman osasta, jotta kokonaisuus saataisiin onnistumaan paremmin. Tapahtuman nimi on syytä muuttaa, jos se on sidoksissa alkuperäiseen tapahtumapaikkaan.

Tapahtuman siirrolla koettiin yleisesti ottaen olevan myönteinen vaikutus tapahtuman järjestelyihin. Vain yksi käsitellystä viidestä tapahtumasta on jo järjestetty kahdella uudella paikkakunnalla, ja muut haastateltavat arvioivat onnistumista tähän asti tehdyn työn perusteella. Myönteisenä vaikutuksena koettiin se, että tapahtumaa on siirron myötä pakko pohtia uudella tavalla. Palautetta järjestäjät olivat saaneet sekä positiivista että negatiivista, mutta yleisen mielipiteen koettiin olevan positiivinen siirron suhteen.

6.2 Ongelmat tutkimuksen aikana

Tutkimuksen suurin vaikeus oli siinä, että mahdollisia haastateltavia tapahtumaorganisaatioita oli hankala löytää. Suomessa ei ole siirretty kovin montaa tapahtumaa, ja osa niistä tapahtumista, jotka on siirretty, on lopetettu. Otin yhteyttä ensin löytämiini tapahtumaorganisaatioihin sähköpostilla ja mikäli vastausta ei kuulunut, soitin vielä varmistaakseni, että sähköposti oli mennyt perille. Osa organisaatioista ei ollut halukas antamaan haastattelua mahdollisen negatiivisen maineen pelossa. He eivät halunneet tapahtumalleen tai entiselle tapahtumapaikalle negatiivista julkisuutta. Kieltäytymiset saivat pohtimaan, onko mahdollista, että negatiivisen maineen pelko on voinut vaikuttaa myös haastattelemini henkilöiden vastauksiin. Asioita on voitu kaunistella ja joitakin siirron syitä tai seurauksia ei välttämättä ole haluttu kertoa, ettei se vaikuttaisi organisaation toimintaan tai tapahtuman onnistumiseen.

Hankaluuden tutkimukseen aiheutti myös tutkittavien vähäinen määrä. Tavoitteeni haastateltavien määräksi oli kahdeksan henkilöä, mutta yhteydenotoista huolimatta haastatteluun suostui vain kuusi. Olisin myös toivonut, että haastatteluun vastaisi enemmän sellaisia henkilöitä, joiden järjestämä tapahtuma olisi jo siirretty, jotta heillä olisi kokemusta siirron seurauksista tapahtuman onnistumiseen. Nyt haastatteluun vastasi lähinnä henkilöitä, joiden järjestämä tapahtuma siirretään vasta myöhemmin tänä vuonna ja he pystyivät vain arvioimaan tapahtuman onnistumista siirron näkökulmasta.

Haastateltavien vähäinen määrä suhteessa tavoitteeksi asettamaani kahdeksaan haastateltavaan voi osaltaan vaikuttaa haastattelun tuloksiin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tarkoituksena on kuitenkin keskittyä henkilöiden kokemuksiin ja näkemyksiin tilanteista ja asioista, jolloin haastateltavien vähäinen määrä ei sinällään vaikuta. Jokainen tapahtuma on erilainen, ja tämän vuoksi myös syyt siirtämiseen ja siirron seuraukset voivat olla hyvinkin erilaisia, vaikka yhtäläisyyksiäkin löytyy.

Se, että haastateltavat edustavat suurimmaksi osaksi vasta myöhemmin tänä vuonna siirrettäviä tapahtumia, vaikutti siihen, etten saanut paljoa tietoa tapahtuman siirron onnistumisesta tai siirron konkreettisista vaikutuksista tapahtuman onnistumiseen. Haastateltavat kommentoivat tietojensa ja havaintojensa pohjalta tapahtuman mahdollista onnistumista, mutta todellisen onnistumisen näkee vasta tapahtuman jälkeen. Haastattelun tuloksen kannalta olisi ollut tärkeä saada enemmän haastateltavaksi myös henkilöitä, joilla on jo kokemusta siirron seurauksista tapahtuman onnistumiseen, mutta tällaiset henkilöt eivät olleet valmiita vastaamaan haastatteluun.

Monissa haastatteluissa nousi esille myös se, että haastateltavien oli hankala arvioida, mikä on vaikutusta siirrosta, ja mikä taas on vaikutusta tapahtuman muusta kehittämisestä. Lisäksi monet käsittelemäni tapahtumat eivät vaihda paikkakuntaa vaan vaihtavat tapahtumapaikkaa suhteellisen pienen alueen sisällä. Tämä voi osaltaan vaikuttaa myös tuloksiin. Kun paikkakuntaa ei vaihdeta, on esimerkiksi kaupungin tai kunnan tuki tapahtumalle sama, rahoittajat ja muut yhteistyökumppanit pysyvät usein samoina ja tietyt järjestämisen osa-alueet voidaan toistaa samalla tavalla kuin edellisessäkin tapahtumapaikassa. Toimeksiantajayritykseni on sen sijaan etsimässä kokonaan uutta paikkakuntaa tapahtumalleen, joten luonnollisesti myös tapahtuman toimintaympäristö muuttuu.

6.3 Reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimuksessa tehdyt havainnot tulee olla mahdollista toistaa, jotta ulkopuoliset tutkijat pystyvät kiistämään tutkijan tutkimuksessa saamat tulokset. Laadullinen, puolistrukturoitu haastattelututkimus voi kuitenkin olla hankala toistaa täysin samanlaisena, sillä tilanteet, ihmiset ja toimijat muuttuvat. Tämän vuoksi laadullisen tutkimustyön raportoinnissa on tärkeä selostaa, miten tutkimus on toteutettu ja miten erilaiset havaitut asiat voivat vaikuttaa tutkimuksen tuloksiin. (Koskinen, Alasuutari & Peltonen 2005, 258.)

Validiteetti eli tutkimuksen pätevyys tarkoittaa sitä, mittaako tutkimus sitä aihetta, jota sen on tarkoituskin mitata. Tutkimusmenetelmien tarkoituksenmukainen käyttö on olennaista validiteettia arvioitaessa. Tutkimuksen validiteetti on Hiltusen (2009) mukaan hyvä silloin, kun tutkimuksessa käytetyt kysymykset ja tutkimuksen kohderyhmä ovat oikeat. Mikäli validiteetti puuttuu tutkimuksesta kokonaan, tekee se tutkimuksesta arvottoman. Tällaisessa tilanteessa mitataan tai tutkitaan eri asiaa, kuin mitä alun perin oli tarkoitus. (Hiltunen 2009.)

Tämän tutkimuksen validiteetti on kohtuullisen hyvä. Tutkimuksen kautta saatiin selville järjestäjän näkökulmasta niitä syitä, jotka vaikuttavat tapahtuman siirtämiseen ja niitä seurauksia, jotka tapahtuman siirtämisestä aiheutuvat. Olettamuksena oli, että sekä syissä että seurauksissa on paljon tapahtumakohtaisia tekijöitä, mutta myös joitakin yhdistäviä asioita. Tutkimuksen validiutta olisi parantanut se, että tutkimus olisi rajattu käsittelemään vain esimerkiksi paikkakuntaa vaihtaneita tapahtumia. Tällaisia tapahtumia, tai halukkaita haastateltavia, ei löytynyt tarpeeksi. Osa haastatelluista on myös voinut ymmärtää kysymykset eri tavalla kuin on alun perin ollut tarkoitus, jolloin vastaukset ovat voineet vääristyä. Tutkimuksella saatiin kuitenkin vastauksia tietoperustasta nostettuihin tutkimuskysymyksiin.

Tutkimuksen reliabiliteetti ilmaisee sen, miten luotettavasti käytetty tutkimusmenetelmä mittaa ilmiötä. Reliabiliteetti tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tulos ei ole sattumanvarainen. Tutkimuksen reliabiliteetti on hyvä silloin, kun voidaan todeta, että jos tutkimus uusittaisiin, saataisiin samoissa olosuhteissa samat tulokset. Kvalitatiivisen tutkimuksen arvioinnissa keskeiseksi kysymykseksi nousee tutkimuksen ja erityisesti tutkimusprosessin luotettavuus. Tutkija on tärkeässä roolissa laadullisessa tutkimuksessa ja tutkimuksen lähtökohta on aina subjektiivinen. (Eskola & Suoranta 2003, 210, 213; Hiltunen 2009.)

Opinnäytetyöni tutkimuksen voidaan katsoa olevan kohtalaisen reliaabeli. Haastattelutilannetta pyrittiin kontrolloimaan niin, että haastattelut oli etukäteen sovittu, jolloin minimoitiin esimerkiksi kiireen tai ympärillä olevan

hälyn vaikutus annettuihin vastauksiin. Kysymykset olivat kaikille haastateltaville samat. Puolistrukturoidulle haastattelulle tyypillisesti esitin lisäkysymyksiä ja tarkennuksia, joten haastattelut poikkesivat jonkin verran toisistaan. Haastattelutilanteet olivat rentoja ja keskustelua käytiin haastateltavan antamien vastausten perusteella, joten oletuksena on, että haastateltavat vastasivat rehellisesti kysymyksiin. Kuten kuitenkin jo aiemmin on todettu, vastauksiin on voinut mahdollisesti vaikuttaa se, että esimerkiksi alkuperäisen tapahtumapaikan imagoa tai oman tapahtuman mainetta on haluttu suojella. Tutkimuksen reliabiliteetti olisi parempi, mikäli vastaajia olisi enemmän. Kuitenkin viidestätoista kontaktoidusta henkilöstä vain kuusi halusi osallistua haastatteluun. Reliabiliteettia voi heikentää myös se, että osalla vastaajista oli vain vähän kokemusta kyseisen tapahtuman järjestämisestä ja haastateltavien oli joissakin tapauksissa hankala erottaa, mikä oli seurausta tapahtuman siirrosta, ja mitkä muutokset johtuivat tapahtuman luonnollisesta kehittämisestä. Tässä tutkimuksessa kyseessä on pohjimmiltaan haastateltavien mielipiteet aiheesta, joten tilanteiden ja ihmisten muuttuessa myös mielipiteet voivat muuttua.

6.4 Tutkimuksen onnistuminen

Opinnäytetyöni tavoitteena oli muodostaa konkreettiset ehdotukset toimeksiantajalleni mahdollisista uusista paikkakunnista Äijänkäräyksen MM-kilpailut –tapahtumalle. Tekemäni tutkimuksen avulla pyrin selvittämään ne syyt, jotka vaikuttavat tapahtuman siirtämiseen uudelle paikkakunnalle tai uuteen tapahtumapaikkaan ja ne seuraukset, jotka siirrosta aiheutuvat järjestäjälle. Tutkimuksessa haasteita aiheutti haastateltavien löytäminen, haastattelujen saaminen ja nopea aikataulu. Mikäli olisin varrannut tutkimuksen tekemiseen enemmän aikaa, olisin ehkä saanut laajemman joukon haastateltavia.

Mielestäni tutkimuksen tavoitteet saavutettiin melko hyvin, sillä sain vastaukset asettamiini tutkimuskysymyksiin. Isompi joukko haastateltavia olisi antanut laajemman ja luotettavamman tutkimustuloksen. Kvalitatiiviselle tutkimukselle on kuitenkin tyypillistä, että tutkittavien henkilöiden määrä ei

ole suuri ja haastattelu menetelmänä pyrkii tutkimaan henkilöiden kokemuksia ja mielipiteitä.

Tutkimuksen perusteella annoin konkreettiset ehdotukset toimeksiantajaleni. Keskustelin tutkimuksen tuloksista ja antamistani ehdotuksista toimeksiantajani kanssa ja toimeksiantaja koki, että heidän asettamiinsa tavoitteisiin on opinnäytetyössäni päästy. Toimeksiantajani on jo aloittanut kartoitukset siitä, miten Äijänkäräyksen MM-kilpailujen siirto toiselle ehdottamistani paikkakunnista on toteutettavissa.

6.5 Lisätutkimusaiheet

Lisätutkimusaiheita opinnäytetyöni pohjalta löytyy useita. Tutkimuksen rajaaminen koskemaan vain paikkakunnan vaihtoa antaisi kohdennettua tutkimustietoa. Tutkimuksen voisi myös rajata koskemaan vain tapahtumapaikkaa alueen sisällä vaihtaneita tapahtumia. Tapahtumapaikan siirtämistä voisi selvittää jostakin muusta kuin järjestäjän näkökulmasta. Miten esimerkiksi siirto on vaikuttanut paikkakuntaan, jolta tapahtuma on lähtenyt tai toisaalta paikkakuntaan, johon tapahtuma on siirretty?

Olisi myös mielenkiintoista tutkia pelkästään ulkomaalaisia tapahtumia siirron näkökulmasta eli ottaa tutkittavaksi vain ulkomailla järjestettäviä, siirrettyjä tapahtumia. Näin saataisiin myös lisätutkimusaihe, jossa voitaisiin verrata kotimaan tilannetta vastaaviin tilanteisiin ulkomailla. Jatkotutkimusaiheena voisi olla myös Äijänkäräyksen MM-kisojen mahdollisen siirron onnistumisen tutkiminen.

LÄHTEET

PAINETUT LÄHTEET

Allen, J., O'Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011. Festival & Special Event Management. Milton, Qld: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Beech, J., Kaiser, S. & Kaspar, R. 2014. The Business of Events Management. Harlow, United Kingdom: Pearson Education Limited.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2003. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino

Getz, D. 2005. Event management & event tourism, second edition. New York: Cognizant Communication Corporation

Getz, D. 2007. Event Studies: Theory, research and policy for planned events. 5. uudistettu painos. Oxford, UK: Elsevier Ltd.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 1997. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi

Kauhanen, J., Juurakko, A. & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtuman suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY

Koskinen, I., Alasuutari, P. & Peltonen, T. 2005. Laadulliset menetelmät kauppatieteissä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Mallen, C. & Adams, L.J. 2008. Sport, Recreation and Tourism Event Management: Theoretical and Practical Dimensions. Oxford, UK: Elsevier Inc.

Matthews, D. 2008. Special Event Production: The process. Oxford, UK: Elsevier Linacre House

Metsämuuronen, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Methelp Ky

Schaumann, P. 2004. The Guide to Successful Destination Management. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisältöanalyysi. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi

Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus: Tapahtumamarkkinointi ja tapahtumien järjestäminen. Helsinki: Tietosanoma.

ELEKTRONISET LÄHTEET

Elston, K. & Draper, J. 2012. A Review of Meeting Planner Site Selection Criteria Research. Journal of Convention & Event Tourism 13/2012, 203-220. Taylor & Francis Group, LLC [viitattu 9.9.2014]. Saatavilla:

<http://web.b.ebscohost.com/ehost/detail/detail?sid=270c53c4-b024-4d51-876e-5e255f668cec%40sessionmgr111&vid=0&hid=126&bdata=JnNpdGU9ZWVhc3QtbGl2ZQ%3d%3d#db=afh&AN=79644765&anchor=GoToAllQVI>

GoSaimaa. 2015. Imatra [viitattu 28.4.2015]. Saatavilla:

<http://www.gosaimaa.com/fi/Tietoa-alueesta/Kunnat/Kunnat?n=imatra&id=f10a4569-cc4c-4dcd-acf7-2323e0c76f40>

Hiltunen, L. 2009. Validiteetti ja reliabiliteetti. Jyväskylän yliopisto [viitattu 24.4.2015]. Saatavilla:

http://www.mit.jyu.fi/ope/kurssit/Graduryhma/PDFt/validius_ja_reliabiliteetti.pdf

Kulttuuripalvelu Kaiku Ky. 2014 a. Kaiku lyhyesti [viitattu 9.9.2014]. Saatavilla: <http://www.kulttuuripalvelukaiku.fi/kaiku-lyhyesti/>

Kulttuuripalvelu Kaiku Ky. 2014 b. Äijänkäräyksen MM-kisat [viitattu 9.9.2014]. Saatavilla: <http://www.kulttuuripalvelukaiku.fi/aijankarrays/>

Levin Matkailu. 2015. Tätä kaikkea Levi tarjoaa [viitattu 28.4.2015]. Saatavilla: <http://www.levi.fi/fi/viihdy-levilla.html>

Niemelä, N. 2013. Tapahtumapaikan valintaan vaikuttavat tekijät: Case Lahden Messut Oy. Opinnäytetyö: Lahden Ammattikorkeakoulu [viitattu 7.9.2014]. Saatavilla: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/66722/Niemela_Nelli.pdf?sequence=1

Salonen, L. 2013. Kun urheilutapahtumasta tuli brändi. Vapamedia [viitattu 5.4.2015]. Saatavilla: <http://www.vapamedia.fi/artikkeli/kun-urheilutapahtumasta-tuli-brandi/>

Terzi, M. C., Sakas, D. P. & Seimenis, I. 2013. International events: The impact of the conference location. Procedia: Social and Behavioral Sciences 73/2013, 363-372 [viitattu 9.9.2014]. Saatavilla: <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S18770428130035>

Vehmainen, M. 2010. Hyvät puitteet, parempi mieli. Kokoukset ja yritystapahtumat, 6/2010, 4. Suomi Mediaplanet Oy [viitattu 9.9.2014]. Saatavilla: http://doc.mediaplanet.com/all_projects/5406.pdf

HAASTATTELU

Niiranen, V. 2014. Toimitusjohtaja. Kulttuuripalvelu Kaiku Ky. Ruokolahti. Haastateltu 8.11.2014

LIITTEET

Liite 1. Kysymyspatteristo

Liite 2. Tutkimukseen haastatellut henkilöt

Tapahtuman siirtäminen - kysymykset järjestäjille

Taustakysymykset:

1. Miten luokittelisit oman tapahtumanne?
2. Millainen on oma toimenkuvasi tapahtuman järjestämisessä ja kuinka monta vuotta olet ollut mukana järjestelyissä?
3. Miten mittaatte tapahtuman onnistumista?
4. Montako vuotta tapahtumaa on järjestetty yhteensä ja montako vuotta tapahtumaa on järjestetty nykyisessä paikassa?
5. Onko tapahtuma muuttanut aikaisemmin?

Teema: Nykyisen tapahtumapaikan valinta

6. Miten tapahtumapaikan valinta vaikuttaa mielestäsi tapahtuman onnistumiseen?
7. Mitkä tekijät ovat ohjanneet nykyisen tapahtumapaikanne valintaa?

Teema: Tapahtuman siirtäminen

8. Millä tekijöillä oli vaikutusta siihen, että tapahtuman siirtäminen tuli ajankohtaiseksi?
9. Millaisia haasteita tapahtuman siirtäminen on aiheuttanut järjestämisessä ja millaisia asioita järjestelyjen suhteen on pitänyt muuttaa, jotta tapahtuman uusi paikka on otettu huomioon?
10. Mitä tapahtumasta on pitänyt muuttaa, että se sopeutuu paremmin uuteen paikkaan?
11. Miten tapahtumapaikan siirtäminen on vaikuttanut tapahtuman onnistumiseen?

Tutkimukseen haastatellut henkilöt

Heikkinen, M. 2015. Kuopio Maraton. Pohjois-Savon Liikunta ry. Haastateltu 15.4.2015

Laaksonen, J. 2015. Tahkon Järvilätkä ja Vuokatin Pipolätkä. TDProduction Oy. Lahti. Haastateltu 2.4.2015

Pekola, J. 2015. Lasten ja Nuorten kulttuurifestari Spark. Tampereen kaupungin kulttuuritoimi. Haastateltu 13.4.2015

Pynttari, V. 2015. Oulun päivät. Oulun kaupungin kulttuuritoimi. Helsinki. Haastateltu 8.4.2015

Salonen, T. 2015. Kotkan Meripäivät. Haastateltu 23.4.2015

Sevänen, N. 2015. Kotkan Meripäivät. Haastateltu 15.4.2015